

PRESENTACION

En el contexto de los objetivos que propugna el Tratado de Cooperación Amazónica, el desarrollo del turismo en base al uso sostenible de los recursos naturales y a la protección de las culturas indígenas, objetivo principal de la Comisión Especial de Turismo de la Amazonía (CETURA), puede convertirse en un verdadero motor impulsor de un desarrollo integral en los territorios amazónicos de los Países Parte.

Los países que forman la Cuenca Amazónica comparten problemas comunes en este campo: considerable deterioro ambiental en las zonas turísticas más visitadas, dificultades de acceso a los atractivos turísticos por las deficiencias en los caminos así como por la existencia de servicios aéreos internos irregulares, operación turística obsoleta, escasa o exagerada publicidad sobre los atractivos turísticos existentes, por mencionar algunos de ellos. Esta publicación busca avanzar hacia una visión integral de las posibilidades de desarrollo sostenible del turismo en la Región Amazónica, sugiriendo medidas para una estrategia global en turismo amazónico que comprende aspectos tales como la elaboración de los productos turísticos en función de la oferta y demanda turística mundial; el uso turístico sostenible de las áreas naturales protegidas; la creación de centros de interpretación con personal especializado; la construcción de redes de senderos y circuitos con fines turísticos; el desarrollo de sistemas de comunicación eficientes incluida una estrategia publicitaria elaborada por especialistas; la realización de estudios para la identificación de atractivos turísticos, de la infraestructura y poblaciones existentes; la participación de la población local en el desarrollo turístico de su habitat así como el aprovechamiento de su riqueza cultural, entre otras destacadas acciones. Además, presenta la actividad turística en la Amazonía tanto desde el punto de vista regional como desde el ángulo de sus principales actores: gobiernos, empresas hoteleras, líneas aéreas y operadores de turismo, entre otros. El presente trabajo es producto del Taller Regional que, dentro de las actividades de la CETURA, se realizó en la ciudad de Lima, los días 15 y 16 de junio de 1995, con el propósito de analizar las perspectivas y estrategias para el desarrollo del Ecoturismo en la Región Amazónica. Recoge las exposiciones efectuadas por destacados expertos en el campo del turismo que participaron en el mencionado evento, editadas a partir de la transcripción de las intervenciones que se realizaron.

Este ejemplar reproduce, asimismo, las Conclusiones y Recomendaciones que los representantes de los Países Parte del Tratado, elaboraron al finalizar el mencionado Taller Regional, las mismas que fueron aprobadas por las Partes durante la III Reunión Ordinaria de la CETURA y que pueden considerarse como grandes lineamientos para un plan general de desarrollo del turismo en la Amazonía.

Esperamos que, dentro del espíritu que señala la línea de publicaciones que ha venido difundiendo la Secretaría Pro Tempore del TCA, el presente documento pueda constituir un aporte provechoso para las personas e instituciones involucradas en el desarrollo sostenible del turismo en la Amazonía.

Lima, noviembre 1995

Jorge
Secretario Pro Tempore

Voto-Bernales

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En la ciudad de Lima, entre los días 15 y 16 de junio de 1995, se llevó a cabo el Taller Regional "Perspectivas y Estrategias para el Desarrollo del Ecoturismo en la Región Amazónica" organizado por la Comisión Especial de Turismo de la Amazonía -CETURA- de la Secretaría Pro Tempore del Tratado de Cooperación Amazónica, con el apoyo de la Unión Europea y con la participación de representantes de Bolivia, Brasil, Colombia, Ecuador, Guyana, Perú y Venezuela.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL TALLER REGIONAL "PERSPECTIVAS Y ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO DEL ECOTURISMO EN LA REGION AMAZONICA"

I. Consideraciones

1. El desarrollo del turismo en la Amazonía constituye un instrumento que coadyuva al mejoramiento del nivel de vida de las poblaciones locales, la conservación del medio ambiente y la incorporación de los territorios amazónicos al desarrollo económico de los Países Parte.
2. Las elevadas tasas de crecimiento ecoturístico a nivel mundial permiten utilizar estos flujos como mecanismo impulsor del desarrollo sostenible para la región y contribuyen al desarrollo de las economías nacionales de los países.
3. El turismo en la Amazonía, por su localización, tiene que ser sostenible en todas sus formas y componentes de ejecución, por tanto incorpora el ecoturismo.
4. Las actividades de la CETURA, referidas a programas y proyectos no deben limitarse a las áreas protegidas nacionales, sino que deben tener en cuenta a toda la Amazonía, en estrecha coordinación con las otras Comisiones Especiales del Tratado de Cooperación Amazónica.
5. Las conclusiones del Taller tienen como base un proceso de maduración y ampliación del marco de trabajos anteriores, referidos al Proyecto "Desarrollo y Promoción del Ecoturismo en la Amazonía" que la CETURA ha venido definiendo.
6. Como resultado de las labores del Taller se identificaron un conjunto de posibilidades de proyectos que configuran el "Programa de Promoción y Desarrollo del Turismo Sostenible y del Ecoturismo en la Región Amazónica". Estos proyectos, del más alto interés para todos los países , participantes, tienen requisitos de financiamiento distintos:
-Proyectos cuya ejecución depende de la obtención de financiamiento.
-Proyectos de ámbito regional que son auto-financiables.
7. Para el cumplimiento de las funciones de la CETURA asignadas en su Acta Constitutiva y Reglamento, la ejecución de los programas y proyectos requiere de una acción interinstitucional que demanda la existencia de mecanismos de coordinación, asesoramiento y apoyo, garantizando la necesaria participación de los Países Parte en el trabajo de la CETURA.

8. Los países consideran que el mecanismo idóneo de trabajo de coordinación interinstitucional entre la CETURA y los Países Parte del TCA, y entre ellos, es a través de las Comisiones Especiales Nacionales de Turismo de la Amazonía (CENTURAs), que tendrán una labor a nivel de los países de coordinación, asesoramiento y apoyo y en los que se recomienda la intervención de los sectores gubernamentales y privados de turismo, medio ambiente e indígena.

9. Los países consideran la cooperación, las interacciones e intercambio de ideas y experiencias en el seno de las reuniones de la CETURA y de las CENTURAS, como esenciales para potenciar el desarrollo turístico sostenible de la Amazonía.

10. Los países consideran a la CETURA como un instrumento idóneo para coordinar las actividades en las que hay ventajas comparativas o de escala para las gestiones regionales y a la Secretaría Pro Tempore como un canal adicional para la obtención de recursos de agencias internacionales y multilaterales que dispongan de recursos específicos y no reembolsables para la cooperación regional.

"EL PROGRAMA DE PROMOCION Y DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE Y DEL ECOTURISMO EN LA REGION AMAZONICA"

Los participantes al Taller Regional acreditados por sus respectivos gobiernos, presentan por consenso unánime las siguientes conclusiones y recomendaciones, las cuales definen los lineamientos de un Programa con Proyectos y actividades correspondientes.

Se Propone a la III Reunión Ordinaria de la CETURA:

1. Fortalecimiento Institucional

Para lograr este objetivo se consideran las atribuciones de la CETURA señaladas en el numeral 3.12. de su reglamento, aprobado por el Consejo de Cooperación Amazónica, que dice: "Adoptar los mecanismos necesarios para lograr el cumplimiento de los objetivos mencionados en este reglamento y otros adoptados en las instancias superiores del TCA". Al respecto se recomienda desarrollar las siguientes actividades:

Actividades:

Crear las Comisiones Especiales Nacionales de Turismo de la Amazonía (CENTURAs) en cada país, como mecanismo de coordinación, asesoramiento y apoyo de la CETURA y otras Comisiones Especiales del TCA incluyendo en ellos a los responsables gubernamentales de los sectores Turismo, Medio Ambiente y Asuntos Indígenas, considerando también, según lo estime cada País Parte, a gremios y organizaciones privadas de tales sectores.

Formalizar ante la Secretaría Pro Tempore el nombramiento de los integrantes de las Comisiones Especiales Nacionales de Turismo de la Amazonía (CENTURAs) .

Desarrollar, en consulta con los Países Parte, la elaboración del Plan Maestro de Desarrollo del Turismo Sostenible y del Ecoturismo de la Región Amazónica, como instrumento de promoción del desarrollo regional y de las inversiones turísticas en la Amazonía, coordinando para ello con las otras Comisiones Especiales del TCA.

Coordinar con las demás Comisiones Especiales de la Amazonía, las acciones y proyectos vinculados con temas de la CETURA.

Crear el banco de datos de la CETURA integrándolo al SIAMAZ..

Realizar periódicamente reuniones y talleres técnicos para coordinación y seguimiento de los proyectos regionales e intercambio de informaciones y experiencias, comprometiéndose los Países Parte a designar misiones técnicas, que incluyan a los responsables de la formulación y ejecución de la política de turismo, medio ambiente y asuntos indígenas cuando fuera el caso y así lo consideren los Países Parte.

2. Desarrollo de Mercados

Actividades:

Realizar investigaciones de la demanda turística de los principales países, potenciales emisores de turismo a los Países Parte, considerando también el mercado constituido por la propia región.

Promover el incremento del flujo turístico a los Países Parte a través de, entre otras actividades, Bolsas de Negocios Itinerantes para la comercialización de la oferta turística.

Desarrollar los sistemas de registros estadísticos e incluir en ellos las características de los flujos turísticos en la región amazónica.

Promover la elaboración y edición de una Guía de Turismo Sostenible y Ecoturismo de la Amazonía, incluyendo los productos de los Países Parte y los circuitos turísticos de la Región.

3. Mejorar la Accesibilidad a los Productos Turísticos de la Región

Actividades:

Coordinar con la Comisión Especial de Transporte, Infraestructura y Comunicaciones de la Amazonía del TCA, la búsqueda de soluciones al problema de las limitaciones o inadecuaciones de los medios de transporte y comunicaciones para el turismo.

Proponer estudios del marco legal e intercambio de informaciones a los Países Parte, sobre mecanismos de promoción de vuelos charter con compañías aéreas de la Región y de los países emisores.

Proponer acuerdos para la inserción de los productos turísticos de la Región en los Sistemas de Reservaciones Computarizadas (CRT).

4. Fortalecimiento del Producto

Actividades:

Promover acuerdos para la recopilación de investigación de ecosistemas y del medio ambiente (biofísicos y socio-culturales) orientados al desarrollo del turismo con las universidades y centros de investigación de la Región.

Promover la creación de Centros de Interpretación Piloto en cada País Parte y la transferencia de experiencias entre ellos.

Promover en los Países Parte la ejecución de inventarios de atractivos, productos existentes y potenciales a través de equipos multidisciplinarios.

Promover el diseño y desarrollo de nuevos productos y la diversificación de los productos existentes.

Promover la creación de circuitos turísticos entre los Países Parte.

Orientar el diseño del Proyecto de Promoción y Desarrollo del Ecoturismo en la Región Amazónica como proyecto piloto de la CETURA, considerando en el diseño las áreas geográficas seleccionadas por cada país.

5. Capacitación de Recursos Humanos

Actividades:

Promover la elaboración de convenios fundamentalmente con UNAMAZ, universidades y centros de investigación y formación profesional para atender las necesidades en todos los niveles requeridos por la actividad turística.

Realizar programas de capacitación turística y de guiaje especializado y nativo, particularmente de las comunidades involucradas en áreas donde están ubicados los productos turísticos.

Gestionar la obtención de recursos para el otorgamiento de becas dirigidas a temas y áreas de interés.

Generar en coordinación con las Comisiones Especiales de Ciencia y Tecnología y Medio Ambiente de la

Amazonía un programa de capacitación del personal calificado para el desarrollo de proyectos de control de impactos ambientales (biofísicos y socioculturales) de los productos, equipamiento y servicios turísticos de la región.

6. Control de Impactos Ambientales (biofísicos y socio-culturales)

Actividades:

Establecer criterios y metodologías para evaluación y control de impactos ambientales, definiendo indicadores instrumentales.

Establecer proyectos pilotos de control de impactos en los Países Parte con el objeto de obtener experiencias e intercambiar informaciones durante su ejecución y de los resultados que se obtengan.

Promover la realización de un taller conjunto con las Comisiones Especiales del Tratado de Cooperación Amazónico para establecer criterios, metodología, indicadores e instrumentos para evaluación y control de impactos.

Realizar estudios para estimar los posibles impactos de los productos turísticos sobre el medio ambiente, y evaluar la capacidad de carga o límites aceptables de cambio en los atractivos turísticos.

7. Promoción de Inversiones

Actividades:

Desarrollo de políticas de concesión con fines turísticos, de áreas de conservación privadas en los Países Parte que adoptan esta modalidad.

Promover las Bolsas de Negocios de inversiones en infraestructura turística con los Países Parte.

Recopilar la normatividad existente, identificando los mecanismos de incentivos o la inversión turística, evaluando los resultados obtenidos en otros países, difundiendo esta información entre los Países Parte.

Desarrollar estrategias conceptuales de captación de recursos para promoción de inversiones que demuestre que las inversiones en ecoturismo y turismo sostenible son formas rentables de conservación del medio ambiente.

8. Participación del Sector Privado

Actividades:

Incentivar acuerdos entre los operadores de los países de la región para promoción de la imagen y del Producto Turístico Amazónico.

Promover la suscripción de acuerdos entre operadores de los Países Parte para establecer circuitos regionales entre los países, así como potenciar la demanda de países emisores a través del establecimiento de puntos de triangulación con otras regiones turísticas (ej; el Caribe), incluyendo la creación de AirPass regionales u otros mecanismos de integración turística regional.

Insertar los productos de los Países Parte en los sistemas de reservas y comercialización CRTs y en los Bulletin Board System y sistemas de reservas de pasajes y hoteles.

EL TRATADO DE COOPERACION AMAZONICA Y LA CETURA

Cecilia Galarreta

Primera Secretaria en el Servicio Diplomático del Perú

Secretaría Pro Tempore del Tratado de Cooperación Amazónica

Los Países Parte del Tratado de Cooperación Amazónica fieles al espíritu visionario de los hombres de Estado que concibieron e impulsaron la iniciativa de este instrumento internacional, hemos realizado sustantivos progresos para definir gradualmente, de manera conjunta, enfoques y políticas sobre este vasto, complejo y rico escenario que es la Amazonía. El Tratado ha logrado movilizar e interrelacionar a una inmensa red de entidades, instituciones y organizaciones, tanto públicas como privadas, con el objeto de articular estrategias de aprovechamiento racional de los recursos naturales de la región en beneficio del desarrollo y el progreso de nuestros pueblos, tomando en cuenta los ciclos de renovación natural y la cadena de autosostenimiento amazónico, en los frágiles y diversificados ecosistemas de esta región.

Se trata, en suma, de un esfuerzo gigantesco y a la vez fascinante, porque buscamos identificar las potencialidades económicas de la biodiversidad amazónica y su utilización más eficiente y al mismo tiempo, desentrañar los códigos de supervivencia y reproducción de las especies en esa región. Estos son los contenidos esenciales del concepto de desarrollo sostenible al que se comprometieron los países firmantes del Tratado de Cooperación Amazónica, y que posteriormente ha sido objeto de planes y proyectos concretos.

Esta enorme extensión de 7.5 millones de Km², en gran medida aún intacta, e inexplorada, alberga más del 50 % de la diversidad biológica de la tierra, contiene el 20% del agua dulce del planeta y el 56% de los bosques tropicales existentes. Este verdadero paraíso ecológico con sus bosques y distintos ecosistemas, con su variedad de aves y especies de mamíferos y plantas y sus vastos recursos genéticos, abre insospechadas posibilidades en áreas tan diversas como la biotecnología, la medicina, la alimentación y la explotación de materias primas.

Conciliar el crecimiento económico y el desarrollo de nuestros pueblos con el aprovechamiento racional de los recursos naturales y la preservación del medio ambiente resume el propósito del Tratado, propósito que anima sus actividades en las diversas áreas de su competencia.

El Turismo representa una de las actividades de más acelerado y sostenido crecimiento en el mundo. El escenario amazónico ofrece para el llamado ecoturismo los atractivos incomparables de su extraordinaria geografía, de su gigantesca biodiversidad y de la riqueza cultural de sus múltiples grupos étnicos. Tenemos el reto excepcional de encauzar este potencial en la forma más provechosa, tomando en consideración las particularidades, las ventajas y también las limitaciones de la Amazonía.

Esta actividad tiene la ventaja de integrar esfuerzos y capacidades de varios sectores, con definidos efectos multiplicadores.

Todos los informes y estudios existentes señalan el importante incremento de la demanda por el ecoturismo, frente a la cual la oferta amazónica actual es irrelevante si tomamos en cuenta el potencial que representa la región de los ocho países integrantes del Tratado de Cooperación Amazónica.

Los estudios señalan, así mismo, el interés de la demanda en maximizar los viajes de manera de abarcar a más de un país . Esta situación constituye una ventaja comparativa puesto que los países amazónicos representan una parte importante de todos los pisos ecológicos existentes y en consecuencia, presentan una gran biodiversidad y, al mismo tiempo, importantes atractivos de carácter monumental y cultural.

Desde febrero de 1994 el Perú tiene a su cargo la responsabilidad de la Secretaria Pro Tempore. En base a la armonización del trabajo político y técnico, esta Secretaría ha reforzado su labor de formular programas y proyectos en las áreas de trabajo de las, hasta ahora, seis comisiones especiales de la Amazonía: medio ambiente, ciencia y tecnología, asuntos indígenas, transporte, infraestructura y comunicaciones, salud y turismo.

El texto del Tratado estableció en su artículo XIII que las partes contratantes cooperarían para incrementar las corrientes turísticas nacionales y de terceros países en sus respectivos territorios amazónicos, sin perjuicio de las disposiciones nacionales de protección de las culturas indígenas y de los recursos naturales.

Sin embargo, tuvieron que pasar 12 años antes que los países parte se decidieran a crear la CETURA. La creciente importancia de la ecología y la biodiversidad y la cada vez mayor conciencia del potencial turístico de la región, llevó a los Países Parte, reunidos en el IV Consejo de Cooperación Amazónica, a tomar esta decisión en Mayo de 1990.

Esta Comisión tiene como principales atribuciones promover la capacitación de recursos humanos y la realización de estudios e investigaciones de mercados en turismo; propiciar la organización de reuniones, ferias y otras actividades que promuevan el turismo ecológico amazónico; identificar los efectos de la actividad turística sobre los recursos naturales y las poblaciones indígenas; estimular el desarrollo de las particularidades de cada lugar turístico de la Amazonía; promover el establecimiento de circuitos turísticos integrados; promover el intercambio de experiencias en las diferentes áreas del quehacer turístico; e incentivar la cooperación entre instituciones nacionales y regionales de turismo, tanto públicas como privadas, en el marco de los objetivos generales que persigue el Tratado.

Algunas de las tareas propuestas apuntan a: definir la formulación y ejecución del proyecto sobre Ecoturismo; elaborar conjuntamente proyectos con enfoque regional, estableciendo mecanismos efectivos de seguimiento y evaluación; incrementar y fortalecer la cooperación horizontal en el marco de la comisión especial a nivel de instituciones académicas y empresariales; conformar un registro de consultores y expertos en turismo de la región; recopilar legislación sobre el marco de facilitación e inversiones en turismo, realizar talleres y seminarios sobre temas de interés de las partes, entre otros.

Queda aún un largo camino por recorrer. Tenemos la oportunidad y la posibilidad de aprovechar la importancia que tiene la Amazonía para el mundo, tanto para atraer la atención del mercado, como de las instituciones de cooperación internacional.

La importancia del Proyecto de Desarrollo y Promoción del Ecoturismo en la Región Amazónica para lograr el desarrollo sostenible de la región se deriva de su capacidad para desarrollar actividades vinculadas a la promoción y comercialización, asistencia técnica y de infraestructura, control de impactos ambientales, educación ambiental, formación especializada en el campo del ecoturismo e integración turística regional, entre otras.

Tenemos por delante una agenda de trabajo rica y promisorio con el propósito de desarrollar una propuesta turística regional con respeto y fiel observancia de los principios y modernos conceptos de sostenibilidad del bosque amazónico consagrados en la Cumbre de Río de 1992.

PARTE I: ECOTURISMO Y COOPERACION AMAZONICA: DIAGNOSTICO Y PERSPECTIVAS

I.1 ENFOQUE REGIONAL

I.1.1 ECOTURISMO Y COOPERACION INTERNACIONAL: POSIBILIDADES Y LIMITES.

Silvio Barros

Secretario de Deporte y Turismo del Estado de Paraná, Brasil

1. Introducción.

El Tratado de Cooperación Amazónica se organizó con el objetivo de elevar el nivel de vida de los pueblos de los países amazónicos, lograr la plena incorporación de sus territorios a sus respectivas economías nacionales y mantener el equilibrio entre el crecimiento económico y la preservación del medio ambiente.

Se trataba entonces de aunar esfuerzos en la búsqueda de soluciones a problemas comunes, es por ello que al suscribir el Tratado, los países definen en su artículo primero: "Las Partes Contratantes convienen en realizar esfuerzos y acciones conjuntas para promover el desarrollo armónico de sus respectivos territorios amazónicos, de manera que esas acciones conjuntas produzcan resultados equitativos y mutuamente provechosos, así como para la preservación del medio ambiente y la conservación e utilización racional de los recursos naturales de esos territorios".

El Tratado de Cooperación Amazónica (TCA) se instaló el 3 de Julio de 1978 y desde entonces, los países miembros entendieron que el turismo jugaba un papel importante. El Artículo 13 señala así: "Las Partes Contratantes cooperarán para incrementar las corrientes turísticas nacionales y de terceros países, en sus respectivos territorios amazónicos, sin perjuicio de las disposiciones nacionales de protección a las culturas indígenas y a los recursos naturales".

Sin embargo, han tenido que pasar doce años para el establecimiento de la CETURA y la realización de su primera reunión. ¿Cuál es la experiencia de esos diecisiete años? No hay duda alguna de que el turismo puede contribuir a lograr los objetivos del Tratado: Desarrollo Económico Sustentable, mejora de la calidad de vida de las poblaciones amazónicas y preservación y uso racional de los recursos naturales. Sin embargo, no es suficiente que los gobiernos se lo propongan, pues a diferencia de otras áreas del tratado, en este caso el sector privado tiene un papel fundamental, puesto que el turismo es un negocio. Si tratamos de desarrollar el turismo dentro del TCA a la velocidad de los gobiernos, van a pasar otros diecisiete años y no tendremos tampoco muchos resultados al respecto.

Hay que recordar que estamos hablando de cooperación institucional entre países. La cooperación entre empresas turísticas de la Amazonía es casi imposible porque son concurrentes. Hay que considerar que la estructura del TCA es una estructura político-diplomática, entonces tenemos que ver cuáles son los límites y de qué manera el Tratado

puede ayudar a realizar la integración entre el sector público y el sector privado, que resulta absolutamente esencial para el logro de los objetivos propuestos.

2. Algunas Precisiones Conceptuales.

Cuando se constituyó el TCA en 1978 se hablaba del turismo en forma genérica, todavía no se manejaba el concepto de ecoturismo. Resulta relevante entonces definir qué entendemos por ecoturismo. La Sociedad Mundial de Ecoturismo considera como tal al turismo responsable que tiene lugar en la áreas naturales, que permite la conservación del medio ambiente y que mejora las condiciones de vida de las poblaciones locales. Es una definición que armoniza el turismo con el medio ambiente y las comunidades nativas y por tanto se adapta perfectamente a lo que tenemos en la región amazónica.

Una naturaleza incomparable y sin competencia, así como pueblos nativos de una riqueza cultural extraordinaria: tenemos la necesidad de promover la conservación de éstos recursos. Es una responsabilidad que todo el mundo reclama a los países amazónicos y a través de ésta actividad económica podemos obtener los beneficios y recursos para hacer un uso racional de éste patrimonio natural que tenemos. Ecoturismo es entonces la adecuación casi perfecta del turismo a la Amazonía.

Ahora bien, la Amazonía es una zona propicia para la cooperación porque tiene una riqueza común y problemas comunes, pero como los productos turísticos son similares, resultan concurrentes. Si decidimos que hay un espacio para la cooperación internacional en turismo, debemos precisar en que áreas y una vez que seleccionemos las áreas, debemos definir en qué es posible y conveniente hacer cooperación.

Hay algunas áreas donde puede ser conveniente la cooperación, por ejemplo en la integración del sector público con el sector privado. Hay que considerar que la estructura del Tratado de Cooperación Amazónica es una estructura político-diplomática, tenemos que precisar entonces de qué manera puede contribuir a esta integración que es absolutamente esencial, ya que es el sector privado el que consolida los objetivos de conservación y contribuye a la mejoría de la calidad de vida y al desarrollo económico sustentable.

3. Posibilidades y Límites de la Cooperación Amazónica en Ecoturismo.

Es necesario establecer muy bien desde el principio cuáles son los límites racionales que podemos esperar de este mecanismo que nos presenta el Tratado de Cooperación Amazónica a través de la CETURA. En la medida en que estamos tratando de cooperación institucional entre países hay algunos puntos que deberíamos considerar.

En primer lugar, las diferencias que existen en cuanto a las distintas prioridades que los países otorgan al turismo. Los diferentes niveles de prioridad definen las distintas velocidades con que los países van a participar en un mecanismo de cooperación internacional sobre el tema. Además, estos diferentes niveles de prioridad no son constantes ni permanentes porque dependen de las políticas de los diferentes gobiernos en cada uno de los países.

Considerando estos diferentes e inconstantes niveles de prioridad que los países otorgan al turismo, surge la pregunta: ¿Por qué el Tratado de Cooperación Amazónica involucra a

todos los países? Es natural que todos los organismos de turismo quieran participar del proyecto, pero si todos los países no lo aprueban, entonces no funciona o lo hace muy despacio. Hay que considerar que en algunos momentos algunos países no darán al sector la velocidad que permita el desarrollo de una acción conjunta.

Otro aspecto a tener en cuenta es que como el turismo es un negocio, la empresa busca el resultado financiero, que es el que promueve el desarrollo económico, genera empleo y los beneficios que estamos buscando. Si no hay lucro, no hay empresa. Hay que considerar entonces que la empresa coloca en primer lugar el interés y la expectativa del consumidor. Por lo tanto debe desarrollarse un producto que el mercado esté interesado en comprar y en consecuencia, hay que identificar con claridad las características, intereses y las expectativas del consumidor, que tiene expectativas muy concretas en relación a la Amazonía.

Claro que no nos estamos refiriendo únicamente al consumidor ecoturístico. A pesar de ser el segmento que más crece en la industria turística, no es el único turista que estamos recibiendo en la Amazonía. En realidad, los ecoturistas no son la mayoría, sino los turistas convencionales que vienen al Amazonas para conocer la zona y que no necesariamente tienen las expectativas y demandas de un ecoturista. Sin embargo, si tenemos condiciones para presentar al mercado un buen producto ecoturístico, no vamos a tener ningún problema con los turistas convencionales, porque el producto ecoturístico es más exigente y más interesante que el producto convencional, entonces el consumidor va a recibir mucho más de lo que esperaba.

Es necesario tener mucho cuidado en hacer corresponder la oferta con la expectativa de la demanda. El ecoturismo es una actividad empresarial y si no hay reglamentaciones, estudios de impacto y consenso sobre la calidad del producto que la Amazonía pretende proponer al mercado, tendremos muchas críticas y serios problemas de credibilidad que afectan no sólo al país o los países que estén en falta, sino al desarrollo amazónico en general, porque tratamos de un destino con características comunes y siempre se hablará del Ecoturismo en la Amazonía y por lo tanto, afectará a todos.

Estos son los puntos que habría que considerar al tratar de la cooperación internacional en el campo del ecoturismo. Hay áreas, sin embargo, en que la cooperación es más evidente. Las más relevantes son:

a) La promoción del destino amazónico. No interesa proponer un circuito o un itinerario pues los productos que se ofrecen son más o menos iguales; sino hacer cooperación para promocionar el destino amazónico a través de eventos o bolsas de negocios. Hemos tenido una muy buena experiencia al respecto en el MERCOSUR, donde también se ofertaron productos similares. Conseguimos con las líneas aéreas y los hoteles de la zona, traer 164 compradores de 25 países. La delegación de Asia eran 59 operadores y tuvimos 73 empresas proveedoras ofreciendo sus productos de una forma organizada. Y lo interesante es que teníamos 6 empresas de Amazonas y de Pantanal en Brasil que fueron las primeras en obtener "overbooking": en este caso la demanda superó la capacidad de oferta de las empresas.

La demanda existe y hay un gran interés en el producto turístico amazónico. Podríamos organizar una bolsa de Turismo del Amazonas y hacerla itinerante entre los países, cada año en un país diferente. Con las compañías aéreas de nuestros países podríamos traer a

los operadores que tienen interés en nuestros productos y aunque sean concurrentes, podemos cooperar para hacer un esfuerzo que los países no pueden hacer solos.

También puede recurrirse a la cooperación para promocionar la Amazonía como destino en los medios de comunicación. Aunque los países y los operadores presenten sus productos en forma independiente, al hacerlo en conjunto como parte de un gran paraguas que es la Amazonía se puede lograr mucho más impacto.

b) Otra área que podríamos trabajar en conjunto, es la de los estudios, investigaciones y análisis de indicadores para definir perfiles de demanda e identificar los segmentos de mercado de mayor interés, así como las mejores formas de aproximarnos a ellos.

c) De especial importancia, así mismo, es la capacitación profesional y técnica y la definición de la calidad del producto que la Amazonía pretende ofrecer al mercado. Es cierto que quizás un 30% del currículum deberá ser adaptado a las particularidades culturales de cada país, pero hay toda una temática común que se puede hacer en conjunto, maximizando la calidad y reduciendo los costos.

d) Otro campo importante es la evaluación de los impactos positivos y negativos del Turismo y otras actividades que pueden poner en riesgo la posibilidad misma del turismo en la zona. En el Brasil, por ejemplo, tenemos el caso de los "garimpos" en la explotación del oro que están destruyendo por completo la posibilidad del turismo y de ofrecer mejores condiciones de vida a las poblaciones del lugar. Los estudios de evaluación de los impactos positivos y negativos de la actividad del Tratado de Cooperación Amazónica también se pueden hacer en conjunto.

e) Finalmente, otra área importante para la cooperación es la promoción de la captación de inversiones en la región amazónica.

En resumen, la CETURA puede actuar dentro del Tratado de Cooperación Amazónica como un "clearing house" para intercambiar informaciones, experiencias y coordinar los esfuerzos que los países están haciendo solos. Puede ir más allá, pero dentro de las bases de actuación y de los límites establecidos por una decisión común. Hay mercado y hay oportunidad para la Amazonía y espacio para la cooperación, pero debemos decidir cómo aprovechar estas oportunidades. Para conseguir los objetivos buscados tenemos que tomar una decisión los ocho países, para hacer un esfuerzo inicial conjunto y poner el coche en movimiento. Una vez en movimiento, no es necesario que siempre estén todos los países, pero para ponerlo en movimiento o lo hacemos juntos o no lo hacemos.

I.1.2 EL ECOTURISMO EN LOS PAISES ANDINO-AMAZONICOS: DIAGNOSTICO Y PROPUESTAS

Roberto Boullón
Profesor universitario
Experto contratado por la OEA y Planificador Turístico

En esta exposición presentaremos los resultados de un trabajo sobre diagnóstico y propuestas de los cinco países andinos que participan en el Tratado de Cooperación Amazónica. Es muy posible, sin embargo, que muchos de los aspectos tratados puedan generalizarse al conjunto de países de la región.

1. Características Comunes:

a) En primer lugar, los ríos son todos muy parecidos. Los ríos anchos tienen grandes ventajas porque son navegables todo el año, pero son muy poco atractivos para el turismo, porque se navega a una gran distancia de las costas y después de un cierto tiempo el viaje se hace monótono. Las costas de los ríos anchos frecuentemente están erosionadas a causa del impacto de otras actividades económicas, especialmente la deforestación provocada por actividades agrícolas y ganaderas. Para el turismo resultan mucho más interesantes los ríos angostos, intermedios y los caños o quebradas que son los que tienen mejor paisaje. El problema es que su navegación no es continua porque durante el estiaje no se pueden navegar.

b) En segundo lugar hay que citar al bosque y la abundante fitomasa que se caracteriza por una gran diversidad y multiplicidad de especies. La zoomasa es también diversa pero muy escasa en vertebrados. El 80% de la zoomasa amazónica son insectos, y entre los vertebrados los que más le interesan al turismo son las aves. Es realmente falso que el turista podrá ver en el Amazonas cualquier animal salvaje de las especies depredadoras.

c) El tercer elemento clave dentro de las características comunes, son los múltiples ecosistemas. Sin embargo, estos múltiples ecosistemas resultan difíciles de distinguir para un turista común que no visite el lugar asistido por un guía especializado. El conocimiento del bosque se logra sólo con una permanencia mayor a la de los turistas actuales cuya estadía promedio no llega a los dos días. Para decir que se llegó a una experiencia aceptable los ecoturistas deberán permanecer entre tres y cinco días en cada área natural protegida.

d) El cuarto elemento es la homogeneización de los servicios. Parecería que el paisaje homogéneo llevó a los operadores a montar servicios homogéneos. Las excursiones son todas iguales, los senderos son idénticos, los floteles son todos muy parecidos, las canoas cambian de nombre, pero no de diseño. Los hoteles urbanos son netamente urbanos: es muy difícil encontrar en una ciudad de la Amazonía un hotel que tenga algo que ver con el Amazonas, en cambio a veces nos encontramos con hoteles muy parecidos a los de Miami o de cualquier playa del Caribe.

Los "lodges" son también bastante parecidos y debido a las dificultades que han tenido los inversionistas, muchos de ellos están incompletos o mal equipados. Los campamentos

son similares, los puentes colgantes y algunas torres de observación, muy parecidas a los de otros lugares del mundo de donde fueron copiados.

e) El quinto elemento es que los operadores tienden a homogeneizar sus programas. Vamos de un país a otro y los programas son prácticamente los mismos. Pareciera que lo que está faltando en este campo es una reunión de los operadores para que estudien las formas de diferenciarse.

2. Algunos Problemas Comunes:

a) Un considerable deterioro ambiental del Amazonas que se muestra a los turistas, porque a las mejores partes es muy difícil llegar. Hay muy pocos caminos y los existentes son de mala calidad y tienen escaso mantenimiento. Por eso resulta imposible llegar a muchos lugares por tierra, cruzando transversalmente porque los ríos corren siempre de norte a sur. De este modo, muy buena parte de los atractivos que tiene el bosque, son casi inaccesibles para los turistas. Estas dificultades de acceso, dejan una gran cantidad de atractivos fuera del alcance del turista y de nosotros mismos que a veces no sabemos donde están.

b) La irregularidad de los servicios aéreos internos afecta seriamente al turismo. Cuando una compañía vuela a la región y tiene un inconveniente en una máquina, el primer vuelo que levanta es el del Amazonas. Sucede muchas veces que uno debe quedarse 12 horas en un aeropuerto o tener que volver al otro día para poder tomar el avión de regreso. En el caso de los turistas este problema es grave cuando tienen programados los vuelos de regreso a sus países.

c) Otro problema clave es que la operación turística está obsoleta. La idea de poner en el Amazonas un "lodge" que tiene 25 a 30 camas, explotado por un empresario que es autosuficiente, que tiene su propia lancha, su propio sistema de abastecimiento y que no cuenta con un sistema de comunicación, va a dejar al Amazonas totalmente retardado en su incorporación al mundo como un punto turístico accesible. Es necesario que estos "lodges" sean complementados.

d) La publicidad es prácticamente inexistente, insuficiente y de mala calidad. Está cargada de exageraciones: "¡Venga al Amazonas y cuando usted atraviese los ríos se va a encontrar un tigrillo al acecho!". Además contiene graves contradicciones: se cambia los nombres de las cosas en diferentes folletos editados por un mismo país, incluso en folletos oficiales. Hay imprecisión en las descripciones técnicas de los ecosistemas, lo que ha despertado algunas quejas y críticas de especialistas. Por otra parte se cometen omisiones importantes: no aparecen las carreteras, las distancias no coinciden con la realidad, las poblaciones que son importantes para el turismo no están porque los mapas turísticos son tomados de los comunes que no las tienen registradas...¿Cómo es posible hacerse conocer en el mundo con este tipo de errores?

e) El otro problema serio es la existencia de conflictos entre las partes involucradas directamente o indirectamente en el turismo. Hay un gran conflicto de intereses en la región entre los dueños de los "lodges", los indígenas, los operadores mayoristas; y de todos ellos con los que explotan petróleo, el oro, la madera: y a su vez, de todos los anteriores con los agricultores.

Hasta aquí tenemos el diagnóstico de los problemas. Es verdad que hemos perdido demasiado tiempo. Llegó el momento de ganarlo, lo más importante es la biodiversidad y la singularidad de cada país en sus aspectos naturales y culturales.

3. Recomendaciones en torno a una Estrategia Global para la Región.

a) En primer lugar, hay que diferenciar los productos. Es necesario destacar las singularidades de cada paisaje, pero para ello hay que salir de los alrededores y dejar de lado ese tour estandarizado donde todos recorren el mismo río y hacen la misma distancia de 4 o 5 horas de navegación, absolutamente aburrida. Hay que evitar la estandarización. Cada lugar tiene que ser especial.

Hay que aprovechar los cambios naturales que nos ofrece la Naturaleza. El Amazonas cambia en época de lluvia, cuando hay sol, en la época de estiaje, cuando es plano y en la pre cordillera es infinitamente distinto y nosotros seguimos trabajando, siempre lo mismo: en las zonas devastadas de los ríos anchos, o nos metemos en un caño donde jamás veremos un pájaro, porque no hay mejor cosa que el ruido de los motores para espantarlos. En la diferenciación de productos creo que es irreversible que los lugares que actualmente son utilizados para el ecoturismo van a terminar trasladándose -y a muy corto plazo- al turismo común, pero incluso en esos casos tenemos la gran alternativa y la obligación de prepararlos como productos especiales para ese segmento del mercado.

b) El desarrollo tiene que ser sustentable, tema sobre el que no nos vamos a explayar puesto que ya se ha dicho bastante.

c) El ecoturismo debe hacerse en áreas naturales protegidas, pienso que de otra manera no habrá inversiones, porque esta actividad necesita que le garanticen que el bosque donde va a invertir se va a conservar. Y la única garantía de que ese bosque se conserve es que sea un área protegida por el gobierno o por una ONG. Tiene que haber un bosque primario, extenso. No se puede llevar a los turistas a ver un bosque secundario, joven, con árboles pequeños y donde lo único interesante que pueden ver es, tal vez, un higuero.

d) Hay que descubrir y aprovechar las irregularidades del terreno, pero para eso hay que internarse en el bosque y realizar estudios en profundidad de los accidentes geográficos, los tipos de bosque, ubicar la presencia de ejemplares singulares, porque cada bosque tiene ejemplares destacados de cada especie. Es necesario detectar con toda claridad los lugares de observación. Hay que aprovechar ese mundo fantástico de los insectos que tienen una gran tolerancia a la presencia humana porque ni se dan cuenta que están siendo observados a 15 centímetros de distancia. Es posible, también, encontrar mamíferos que se puedan mostrar, tenemos los monos y los delfines y seguro que podemos encontrar otros atractivos naturales complementarios.

e) Los servicios turísticos deben ser especiales, tienen que haber circuitos, buena información y los tamaños de los grupos tienen que ser pequeños; no se puede llevar más de 7 u 8 ecoturistas a la vez. Los guías tienen que ser especializados. No debería actuar como guía un señor que estudia biología, que vino a hacer un trabajo en el lugar y que no sabe comportarse como un guía. Tampoco se puede, en mi opinión, utilizar solamente a un guía local, que sabe muy bien manejar al turista, contar anécdotas de los pajaritos y otros animales pero que no puede describir científicamente el bosque. Tampoco podemos

utilizar al baquiano, que sabe donde están todas las cosas, pero no tiene la capacidad para transmitir su conocimiento de las mismas. La forma de explotar el ecoturismo, es con un mercado selectivo para productos especiales. Pocos turistas que puedan pagar altos precios porque los servicios son de altísima calidad.

f) En relación con las Areas Naturales Protegidas, las líneas de acción recomendadas podrían muy bien constituir proyectos comunes a todos los países.

En primer lugar, es necesario delimitarlos, porque los límites de los mapas no coinciden con la realidad. En el terreno no se encuentran, ya que los dibujos del mapa no se materializaron. Hay Areas Naturales Protegidas en el Amazonas que sólo son dibujos en un mapa. En todos ellos hay que identificar los atractivos; para ello hay que partir de los sitios donde están las instalaciones para realizar estudios topográficos que muestren los relieves interesantes desde el punto de vista del paisaje y que permitan la identificación de los lugares donde están los cursos de agua y las zonas de vida que tienen interés para el turista. Así mismo, es preciso identificar las áreas no intervenidas, las poco intervenidas y las muy intervenidas, de modo de mostrar primero las poco intervenidas para después hacer saborear las otras.

Hay que marcar las pistas de aterrizaje. Las legales y las ilegales, porque también las ilegales se pueden utilizar una vez que las autoridades se apropien de ellas. Hay que marcar donde están los caminos, las brechas y los senderos, así como los asentamientos humanos, es clave saber dónde están.

Sin los pobladores locales no puede haber turismo, porque sin su apoyo ningún sistema podrá funcionar. Es necesario localizar las partes habitadas, algunas para evitarlas porque hay pueblos que no quieren integrarse y hay que dejarlos tranquilos con lo que ellos han decidido respecto a su vida; en cambio hay otros que efectivamente sí quieren integrarse, entonces ahí está la mano de obra. Pero hay que ir mucho más allá, yo no entiendo porqué la población local siempre está condenada o ser mano de obra, y nunca va a poder ser empresaria; pueden muy bien haber empresas de una sola persona. No hay razón si alguien tiene una canoa, por ejemplo, que trabaje para otra empresa mayor que es la que lo subcontrata y la que en el fondo le maneja el destino.

Nosotros estamos absolutamente convencidos que sin la población local no hay alternativas para desarrollar el ecoturismo, porque son las poblaciones locales las que finalmente van a hacer posible el funcionamiento del sistema. Sin ellos no hay sistema..

Otro punto importante es la marcación de los puntos de acceso a los parques. Hay algunos parques a los que se entra por todos lados, y como están habitados, la situación de pobreza de los pobladores locales muchas veces los lleva a vender la madera del bosque para poder sobrevivir o a traficar con animales en vista que una guacamaya en Europa vale 50 ó 100 veces más.

Tienen que construirse senderos, tiene que haber una red de senderos para el turismo, porque los que existen fueron hechos para vigilancia y sin consultar a los expertos en turismo. Cada área natural protegida necesita unos 100 Kms. de senderos que no se han hecho hasta hoy.

Es imposible hablar de un área natural protegida si no hay un centro de interpretación. Allí se podrá ver la reproducción de la pisada del tigre y del propio tigrillo que es muy difícil encontrar en su medio natural.

Es necesario revisar a fondo los sistemas de administración y los planes de manejo, que en la mayoría de los parques de América Latina fueron hechos sin tomar en cuenta el turismo. Es necesario definir la cantidad y localización de los guardaparques, los equipamientos, los vehículos, las comunicaciones, las tarifas de acceso, las estadísticas de ingreso a cada parque, y establecer sistemas de vigilancia. A veces el turista es un observador pasivo, otras veces es un vecino indeseable. Yo he encontrado bastantes lugares deteriorados por los turistas, porque no hay sistemas de vigilancia. No hay nada más fácil de preservar que un ambiente natural si se tiene un guía para cada ocho turistas y vigilancia en las partes donde van a entrar. Los costos no deben tomarse como impedimento porque pueden ser pagados por el propio turista.

Un problema a resolver es que como lo recaudado por la administración de los parques va o parar a rentas generales, el administrador no tiene mayor interés en recaudar. En definitiva, los criterios de conservación y desarrollo sustentable de las áreas naturales protegidas deben revisarse, incorporado el turismo como el sector productivo que le hace menos daño a la naturaleza.

Las embarcaciones del sector turístico tienen que estar estandarizadas. Tenemos que hacer intercambio de información sobre los diseños, ver cuál es la mejor forma de diseñar un flotel, verificar cuál es la mejor manera de programar un transporte rápido, establecer los tamaños óptimos de las embarcaciones, vigilar los tipos de motor; hay motores tan ruidosos que hasta un guacamayo, que está a 3 Km. sale disparado, por eso debemos empezar a utilizar motores eléctricos.

Otro asunto importante es contar con sistemas de comunicaciones. No es conveniente mantener en una lancha durante cinco horas a los turistas extranjeros sin contacto con la base ni con el punto de llegada. Esto es particularmente grave cuando el motor de una lancha se detiene; nosotros estamos acostumbrados a esa clase de penurias, pero los turistas no. Son muchos los padecimientos que hoy pasan los turistas por los malos servicios que tenemos y por la improvisación. Las tecnologías existen y es cuestión de ponerse de acuerdo para hacer un intercambio de información al respecto.

4. Posibles Proyectos Comunes:

a) Las artesanías y el folklore. Es necesario hacer un inventario de los productos que tenemos y clasificarlos. Para ello hay que realizar una investigación de las artesanías y el folklore tradicionales, identificando los lugares dónde se encuentran. Debemos registrar e individualizar al artesano y tener en cuenta que está siendo desplazado por los comerciantes que venden artesanías hechas a máquina en las ciudades, empleando para ello 15 minutos, en lugar de los días que tarda elaborar el original. Pero los comerciantes al abandonar al artesano, no se han dado cuenta que están matando a la gallina de los huevos de oro. Tenemos que crear programas de diseño de artesanías nativas y de depuración de las manifestaciones folklóricas. Se acabó el indio que está en blue jeans y cuando llegan los turistas se disfraza de indio. Es necesario volver a lo auténtico, a lo autóctono, consultando a los abuelos que están allí esperándonos.

b) La publicidad. Cada país debería elaborar, con sus especialistas, un documento de información básica sobre lo que es la Amazonía. Debemos convocar a nuestros biólogos, ecólogos, antropólogos, para preparar la versión autorizada de lo que van a transmitir los guías.

La publicidad debe ser elaborada definiendo imágenes para transmitir a cada mercado. No es posible que un folleto sea traducido a todos los idiomas. Las informaciones deben ser diferentes, hay que hacer series motivacionales de temática y operacionales. Debe definirse con cuidado el contenido de los textos y elegirse bien las fotos. Los textos deben ser trabajados por los expertos y luego darles una redacción adecuada por buenos escritores. Deben elaborarse especialmente planos y mapas, manejables y comprensibles para el turista.

c) Otra línea es la concientización que debe ser específica y realizada en cada centro turístico, tanto para los empresarios, como para los trabajadores. Esta concientización deberá basarse en la difusión de los conceptos de honestidad, eficacia, producción, calidad y mantenimiento. Hay que aprender a valorizar lo autóctono. No hay nada peor que la población local desconozca en lo profundo de su pensamiento el valor cultural de lo que ha heredado de sus antepasados, como es la arquitectura tradicional porque en el fondo admiran a la gran capital, el cemento y por tratar de parecerse a ella destruyen lo que tienen. Este proceso negativo puede ser comprobado en casi toda América Latina.

d) Las aldeas turísticas son un principio de solución si se les concibe como centros de distribución integrados a redes de senderos de unos 100 o 200 Kms. Se trata de organizar un sistema en el cual nadie pueda entrar a la naturaleza si no es acompañado por un guía especializado o por una persona que los va a controlar. Con 100 Kms. de sendero, utilizados durante 200 días por año, puede obtenerse 20 millones de dólares, que pueden financiar prácticamente todos los guías y los guardaparques que hagan falta.

Las principales características de estas aldeas turísticas ecológicas, son las siguientes:

Deben tener tamaños óptimos, con una capacidad promedio de 1,000 camas. Estándares de calidad, estética y funcional.

Tienen que ser proyectadas por arquitectos o diseñadores urbanos, de la mano con los nativos que son los que siempre construyeron en el bosque de acuerdo a sus propios criterios, y especialmente con los abuelos nativos que son los que nos van a enseñar cómo hay que construir en la selva. Los alojamientos deben alcanzar altísima calidad. Por fuera se verán como una choza, por dentro tendrán las comodidades de un hotel de buen nivel. No es cierto que el ecoturista es un enamorado de las incomodidades. A veces las soporta sólo durante el día, pero cuando llega la noche quiere su whisky helado y un buen baño caliente, porque hay que recordar que no siempre hace calor en la selva.

Respecto a los criterios de estructuración y diseño que debe respetar un conglomerado urbano en la selva, hay que tener en claro las estandarizaciones técnicas. Toda la infraestructura tiene que ser limpia, no pueden haber motores. Debemos construir un sistema que nos permita mostrar al mercado un ejemplo de lo que somos capaces de hacer: una aldea ecológica, con centros de reciclaje de la basura, fuentes de energía solar y ni un solo motor.

¿Es un sueño?, ¿Es imposible?, ¿Hace falta mucho dinero? Nunca tanto como están dispuestos a financiar los inversionistas si el proyecto resulta bien elaborado y es bien presentado.

I.II APORTES DE LOS ACTORES

I.2.1 LOS DESAFIOS DE LA COOPERACION REGIONAL EN ECOTURISMO

Vicente Brackelaire

Coordinador del Programa de Apoyo Institucional de la Unión Europea
al Tratado de Cooperación Amazónica

La historia y la experiencia regional amazónica hacen posible poner en relieve algunos elementos que nos permitan abordar los términos de la cooperación regional amazónica. El concepto clave del Tratado de Cooperación Amazónica es que se trata de una región compartida por ocho países en la búsqueda común del desarrollo sustentable y armonioso de la región.

a) Hoy en día, la Amazonía se ha organizado como nunca lo estuvo. Existe un número impresionante de organizaciones que generalmente conforman redes, tanto a nivel nacional como a nivel regional de la Cuenca. Estas organizaciones son gubernamentales, no-gubernamentales, de base, científicas, políticas, técnicas, de capacitación, de información, etc.

El Tratado de Cooperación Amazónica interviene en este contexto e integra él mismo un gran número de redes. Pero siendo el único instrumento intergubernamental de la Amazonía, constituye el mayor potencial a nivel de impacto y a nivel de efecto multiplicador en toda la Cuenca. Promoviendo el desarrollo sostenible y armonioso, como dicen los textos, el TCA a través de sus acciones favorece la coherencia del desarrollo regional amazónico. Este potencial regional, le otorga al Tratado un particular interés estratégico, tanto para un diplomático, como para un operador de turismo.

Sin embargo, a pesar del interés y la atracción de los ocho países por las perspectivas del Tratado, existen todavía zonas de sombra en cuanto a las posibilidades reales que ofrece para la cooperación. ¿Qué es la cooperación regional amazónica a nivel operativo? ¿Cuál es el valor agregado de un proyecto regional? Tenemos todavía que someter a prueba las posibilidades reales de la cooperación regional y consolidar caminos para poder responder a estas preguntas.

Es necesario que los ocho países definan en común y entre todos los actores del turismo amazónico los lineamientos de una acción regional posible y viable.

b) A nivel operativo, el TCA constituye un marco de cooperación en áreas temáticas definitivamente complementarias: medio ambiente, ciencia y tecnología, asuntos indígenas, salud amazónica, turismo amazónico y transportes. El potencial para la búsqueda de coherencia es enorme porque todos estos temas amazónicos se cruzan en alguna parte. Por ejemplo, a nivel operativo, en las acciones en curso que conciernen a las Areas Protegidas de la región, se utiliza el ecoturismo como estrategia, y en las acciones que conciernen a las poblaciones indígenas de la región, también encontramos como un aspecto clave el ecoturismo. Todo depende de un buen manejo de las posibilidades que ofrece la institución.

c) Es necesario ser realistas en relación a la poca experiencia que todavía ofrece el Tratado. Hoy en día la implementación de una acción de cooperación regional, por ejemplo en el tema del ecoturismo, no solamente sirve para desarrollar esta área, sino también para avanzar en la definición, creación y experimentación de modalidades concretas de "co-operación". Esta situación exige un esfuerzo de simplicidad en el diseño de los proyectos.

d) En el marco de un tratado regional como el TCA, la naturaleza política de los proyectos antecede su carácter técnico en todos los campos, también en el de ecoturismo. Cada país tiene su política o concepción de las cosas y sus intereses y aunque el Tratado tiene por objeto lograr acuerdos entre ellos, ese objetivo no se logra de la noche a la mañana. Es necesario, entonces, referirse siempre a un análisis político para poder concentrarse en las acciones que son posibles de realizar en conjunto.

e) ¿Cuál es el valor agregado de un proyecto regional que puede hacer interesante un esfuerzo de cooperación entre varios países? Cuando un proyecto es ejecutado en conjunto entre varios países, presenta mucho interés a diferentes niveles. Además del interés a nivel macro, como la coherencia regional, cada país debe encontrar intereses directos para participar en proyectos regionales, tales como:

El intercambio de experiencias y resultados entre iniciativas que afrontan lo misma problemática con un efecto de capacitación y aprendizaje más directo.

El acceso a la información.

La integración operativa de los países vecinos sobre un tema que tiene efectos más amplios.

La credibilidad frente a la cooperación internacional.

f) El ecoturismo es una actividad ambiental interesante dentro de las estrategias del Tratado porque es una de las mejores maneras de rentabilizar la conservación. Sin embargo, tiene aspectos comerciales que los proyectos en las otras tareas de cooperación no tienen, porque el ecoturismo es comprado por el turista, y al turista hay que buscarlo y ganarlo. Este aspecto comercial vuelve la cooperación regional en este tema bastante diferente y un proyecto regional de ecoturismo que busca apoyo internacional debe tener claramente en cuenta este aspecto.

g) La experiencia de los programas de desarrollo muestra que es necesario tomar muy en cuenta la participación de las poblaciones locales (indígenas, a veces colonos, etc.) tanto en la concepción de la acción ecoturística como en su manejo y en la distribución de beneficios.

Ultimamente visitamos en las Guayanas una población indígena situada a lo largo de una hermosa playa muy conocida por los turistas porque recibe unas tortugas marinas gigantes que llegan a poner sus huevos. A pesar de estar bien organizada, la población indígena se siente bloqueada frente a miles de turistas que llegan todos los años para ver el espectáculo de las tortugas "guiados" por agencias de la capital. Los turistas llegan, pasan algunas horas, ensucian la playa y se van sin dejar nada a los indígenas. La situación es tal que los indígenas están pensando construir diques para que las tortugas

ya no vengán a poner sus huevos en esa playa, porque hasta ahora no han podido negociar un acuerdo con las agencias de la capital. Y sin embargo, nos consta que es a los indígenas que se dirigen las preguntas de los turistas.

El trabajo con las poblaciones indígenas debe ser muy cuidadoso. Siempre se está jugando con fuego, con el riesgo de consecuencias profundamente desestructuradoras de las comunidades indígenas.

h) Existe hoy la experiencia suficiente en el TCA como para poder lanzar una acción de cooperación regional amazónica en ecoturismo. Pero para ello será necesario:

Un esfuerzo de conceptualización del ecoturismo y de formulación de criterios para su manejo.

Un análisis de los aportes y ventajas del carácter regional de la acción.

Un análisis de las potencialidades y los límites del marco institucional que se utilizará.

El trabajo realizado hasta ahora en el marco del Tratado y en particular en la CETURA, es positivo a pesar de la lentitud del proceso porque no proviene de una reflexión y propuesta de escritorio, sino de un trabajo en el terreno de cada uno de los países con los actores principales del tema. Esto puede constituir una señal de la validez de las orientaciones del trabajo, sin embargo, al establecer el marco de la acción en el campo del ecoturismo, será necesario también definir las posibilidades regionales concretas.

I.2.2 LA DEMANDA DEL ECOTURISMO AMAZONICO Y SUS LIMITANTES

Federico Pérez Eguren
Operador de Ecoturismo en el mercado norteamericano
Presidente de Eco-Expedition

1. Consideraciones Generales

El ecoturismo o turismo de historia natural es aquel que combina el placer de descubrir y comprender la flora y la fauna contribuyendo, al mismo tiempo, a su protección. El ecoturismo puede definirse como los "viajes a zonas naturales relativamente no contaminadas con el objeto de estudiar, admirar y disfrutar de escenarios de plantas y animales silvestres, así como las manifestaciones culturales..."

En América Latina existe poca información sobre este fenómeno, pero es imposible dejar de señalar los beneficios económicos que se vienen obteniendo, así como también los problemas e impacto negativo que se derivan de su desarrollo.

En los últimos años los gobiernos están priorizando sus políticas turísticas en función del ecoturismo. Sin embargo, continúan aplicando modelos y políticas tradicionales de

desarrollo turístico que van desde la promoción y mercadeo, hasta la concepción del manejo de los parques nacionales o áreas protegidas de administración privada.

El incremento del tráfico ecoturístico ha creado un gran interés de parte de organizaciones internacionales no gubernamentales en participar con los gobiernos y organismos regionales en la asesoría para el diseño de políticas de manejo y promoción del ecoturismo.

Los tour operadores son cada día más sensibles al desarrollo de estas áreas destacando la importancia de su protección puesto que, en definitiva, sus ingresos futuros dependerán de la protección y mantenimiento de las áreas donde envían a sus pasajeros.

Los países amazónicos han manifestado un gran interés en desarrollar este segmento del mercado por las ventajas comparativas que ofrece y el mercado norteamericano ha respondido positivamente al escoger este destino como un importante lugar de sus preferencias.

2. El Mercado del Ecoturismo en los Estados Unidos.

De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo, en 1990 el gasto turístico fue de 230 billones de dólares, proyectándose alrededor de 325 millones para el año 2.000. En 1993 los Estados Unidos generaron un tráfico de 47.2 millones de turistas, de los cuales 30.506 millones eligieron Canadá y México como sus destinos principales y 17 millones eligieron otros destinos, entre los que se encuentra Centro y Sudamérica.

No existen datos específicos sobre quiénes son los ecoturistas o turistas potenciales que viajan para conocer específicamente el área de la Amazonía. Sin embargo, según la Official U.S. Fish and Wildlife de los Estados Unidos, que publica cada 5 años un estudio técnico sobre lo que ocurre en este mercado, alrededor de 76 millones de norteamericanos mayores de 16 años participaron en alguna actividad relacionada con la historia natural en 1994. Se entiende por ello: visitas a parques nacionales, reservas naturales, participación en eventos de historia natural, viajes, excursiones y otras actividades relacionadas. Estos 76 millones de turistas gastaron aproximadamente 22 millones de dólares solamente en viajes generados en función a este tipo de actividad. Más aún, 50 millones de habitantes gastaron 2 billones de dólares en actividades relacionadas con las aves incluyendo su participación en viajes (birdwatching). Esto nos da una idea del número de viajeros potenciales que existe solamente en el mercado específico de observadores de aves.

Otro dato importante es que de los casi 2.6 billones de dólares que se gastaron en transporte, -aéreo, terrestre y acuático- casi el 30% fueron viajes internacionales para observar directamente el hábitat natural de flora y fauna. Se estima que el crecimiento anual de este mercado es entre el 15 y 20%. Entre los factores que explican este crecimiento están:

Las corrientes turísticas que tienen sus raíces en los primeros movimientos ambientalistas que se iniciaron entre los años 60 y 70 en las universidades norteamericanas, que manifestaban por la paz y la naturaleza y que hoy ya tienen 40 y 45 años y se han convertido en prominentes profesionales o empresarios de éxito que continúan deseando participar en estas actividades.

El desarrollo de las líneas aéreas que van directamente a destinos específicos, como por ejemplo, Varig a Manaus y Faucett a Iquitos en vuelos directos, que han hecho accesibles lugares antes impensables y con modernas aeronaves y gran seguridad, aunque todavía es prácticamente imposible conectarse de un sitio u otro entre puntos de la Amazonía.

Los medios de comunicación, TV, revistas y libros han difundido programas y reportajes sobre historia natural alrededor del mundo. Hoy día casi la mitad de la programación de los canales de TV por cable están referidos a estos temas, como Discovery, Disney, Travel, etc., y casi todos los periódicos importantes de los Estados Unidos tienen secciones especiales de ecología, medio ambiente, animales, vida silvestre, etc.

En los países emisores de ecoturismo se han formado empresas mayoristas o tour operadores especializados en estos programas; y en los países receptores se ha desarrollado una conciencia ecoturística que lleva incluso a anunciar "taxis ecológicos".

El interés de los gobiernos en priorizar la promoción del ecoturismo, aplicando políticas de desarrollo sustentable.

La Cumbre de Río de Janeiro de 1992 que atrajo la atención sobre el tema y en la Amazonía, así como el interés de los gobiernos de encarar el problema directamente.

3. Algunos Problemas sobre la Oferta Ecoturística en la Amazonía

Los operadores o mayoristas de turismo nos encontramos con varios problemas en los países amazónicos, entre los principales están:

a) Reservas y Parques Nacionales: No existe un inventario detallado de los parques y reservas nacionales de la Amazonía que incluya las riquezas de flora y fauna que contienen. Existen estudios diseminados y específicos por países, pero no una presentación de todos los parques que existen, su ubicación y características, lo que hace muy difícil la promoción.

b) Transportes: Definitivamente existe un problema de acceso a esos lugares. Las líneas aéreas sólo acceden en vuelos directos desde EE.UU a la ciudad de Iquitos (Perú) y Manaus (Brasil) y de forma indirecta, a través de conexiones muchas veces difíciles, a los destinos solicitados por los clientes. Las conexiones aéreas entre los países amazónicos son casi inexistentes. No hay forma de ir de Manaus a Iquitos, se ha creado un sistema de fronteras que obstaculizó la comunicación. Los empresarios quieren invertir, pero muchas veces las limitaciones gubernamentales para traspasar las fronteras lo hacen bastante difícil. Excepto algunos cruceros eventuales que ingresan al Río Amazonas, los transportes fluviales se concentran en cruceros semanales alrededor de las ciudades de acceso. Finalmente, un problema serio a resolver es la ineficiencia e inseguridad en relación a los horarios de los vuelos.

c) Albergues o "lodges": No existe un inventario de albergues en los lugares de destino, y lo que es peor, la mayoría no cumple con las mínimas condiciones de preservación del medio ambiente. Los gobiernos han dejado a la iniciativa de los pequeños inversionistas su construcción, sin evaluar ni reglamentar aspectos mínimos en los sistemas de energía, tratamiento de agua y desagüe, tratamiento de la basura, capacidad máxima de los hospedajes en función del área, impacto sobre las poblaciones locales, estudios técnicos

sobre flora y fauna, etc. La mayoría arroja los desagües y la basura al río y al bosque. En definitiva, se lleva a los turistas a hacer justamente todo lo contrario de lo que se busca: ¡deprender y ensuciar la naturaleza!

d) Los Guías Naturalistas: Son el elemento más importante en la cadena de comercialización. El ecoturista viene para aprender y no sólo para admirar. El guía cobra una importancia vital y su formación cultural, además del conocimiento de idiomas, es clave en el crecimiento de este mercado. Además se debe contar con centros de investigación y literatura adecuada

e) En cuanto a la alimentación es muy importante el control de la calidad de las comidas y bebidas, especialmente porque muchos albergues no cuentan con equipos de refrigeración ni agua potable.

f) Finalmente, la seguridad. Para visitar lugares remotos es necesario observar normas estrictas de seguridad como embarcaciones con chalecos salvavidas, radios, equipos de primeros auxilios, sistemas de evacuación de enfermos, policía forestal que controle aspectos básicos como la pesca indiscriminada, caza y tala de árboles, etc.

4. La Comercialización Ecoturística

En los años recientes se ha incrementado de manera significativa la demanda en la medida en que se ha ido extendiendo la imagen de la Amazonía como uno de las pocas áreas del mundo donde se produce oxígeno y que posee una enorme riqueza en flora y fauna. Otro factor, de indudable importancia, es la conciencia y responsabilidad que van asumiendo las poblaciones de los países desarrollados en relación a la preservación de la naturaleza.

En Estados Unidos existen más de 60 empresas que han incorporado programas e itinerarios para visitar la Amazonía peruana y, en virtud de la creciente demanda, algunas empresas incluso comercializan directamente el producto en sus propias oficinas. A las empresas turísticas se suman las Agencias no Gubernamentales que tienen programas para sus asociados con varias salidas anuales de expediciones específicas acompañadas por especialistas en los diversos temas.

Muchas universidades que cuentan con programas de Ecología y Medio Ambiente o especialidades en Biología, Hepatología, flora y afines, programan como parte de sus actividades la visita a la Amazonía, con la ventaja de obtener créditos en los estudios. Así mismo, los Museos de Historia Natural de New York y Washington y la Missouri Botanical Gardens, promueven este tipo de viajes.

También existen otras organizaciones que promueven viajes entre sus asociados, como el Childrens Rainforest Program, que lleva a la Amazonía a niños de High School, la Rainforest Health Group, que envía médicos a tratar enfermedades tropicales y otras como la Orchid Society of America, que promueve grupos para apreciar las orquídeas en su estado natural. Por último, está la Audubon Society, especializada en aves, que organiza viajes para los observadores de aves, promocionados a través de sus publicaciones.

De otro lado, existen diversos eventos internacionales especializados donde se comercializan estos programas como: International Adventure Show, Adventure Encounter, Adventure World, Worldwide Adventure Encounter, The Ecotourism Society y San Francisco Adventure Show.

Finalmente, es necesario subrayar que un elemento fundamental para la imagen de la compañía es su compromiso con la protección del medio ambiente. En consecuencia, la estrategia promocional debe comprender, necesariamente, aspectos como la prohibición de fumar en los aviones, la utilización de elementos reciclables en las aeronaves, selección de comidas sanas, promoción del destino como elemento fundamental para salvar el medio ambiente, etc.

I.2.3 OFERTA, DEMANDA Y EMPRESA ECOTURISTICA EN LA AMAZONIA

Jorge Rivera
Gerente de Viajes Fremen. Consultor Independiente, ex-Coordinador de la CETURA.

El ecoturismo como parte del turismo es una actividad comercial y las unidades que lo desarrollan son empresas comerciales, pero hay muchos prejuicios en torno a lo que es una empresa comercial.

En primer lugar: ¿Qué es el producto turístico? En general puede definirse como el acceso, las condiciones de permanencia y el atractivo. Los operadores turísticos, entonces, vendemos un producto parcial al viajero, el producto que nosotros le ofrecemos es una parte y dependemos de una gran variable incontrolable: el transporte. Esto es muy importante para los planes de desarrollo del producto turístico, porque entonces, simplemente gestionar un vuelo o instaurar en una población unos servicios básicos de salud afecta fuertemente al producto y pueden promover más desarrollo turístico que otras actividades específicas.

El segundo punto es que hay que hacer una diferenciación entre el mercado organizado y el no organizado, y esto es muy importante para la oferta. Según las estadísticas la mayor parte de turistas que visitan los países amazónicos no vienen en grupos organizados. En el caso boliviano, se ha establecido que de los 250,000 turistas, apenas el 20% llega en grupos organizados. El resto son los famosos individuales.

Resulta que la mayor parte de las estrategias de comercialización, a costos elevadísimos, están orientadas a captar esos turistas en mercados emisores que envían la mayor parte de los turistas. No existen iniciativas significativas en ninguno de los países, para captar a los turistas en el propio país. Este es un dato importante porque afecta fuertemente la oferta turística. El crecimiento de los famosos individuales obliga a adecuar la oferta a un sinnúmero de expectativas de viaje, incluso de un solo grupo. La tendencia a nivel mundial es a la fragmentación del mercado; lo que se está planteando en el mundo, en todos los aspectos, es la diversidad. La marcha de la humanidad es hacia la desmasificación.

¿A qué conduce esto? A hacer más elástico el concepto de Ecoturismo. ¿Qué es el Ecoturismo? ¿Dónde está el límite entre un ecoturista y no ecoturista? ¿Qué

características tiene que tener el viajero para ser un ecoturista? ¿Cuál es el límite territorial del producto?

Para responder a estas preguntas es bueno hablar de la empresa. En primer lugar, habría que decir que la empresa ecoturística amazónica no se define por su tamaño, puede ser muy pequeña, pequeña, mediana, grande o muy grande. No se define por la naturaleza ni el carácter de sus propietarios, pueden ser ambientalistas, indígenas, nacionales, extranjeros, pueden ser grupos económicos o comunidades indígenas. Tampoco se define por el área donde actúa. Puede actuar en áreas protegidas o no, en cualquier sitio. Se define más bien por el concepto mismo de ecoturismo que reúne cuatro condiciones: la recreación o el placer de viajar, la conservación ambiental, el desarrollo de la comunidad local y la rentabilidad económica. Una empresa que responda a estas características, de cualquier tamaño y en cualquier lugar, es una empresa ecoturística. Esta es una buena noticia porque al hacer más elástico el tema del ecoturismo, sin faltar al concepto, estamos aceptando que el ecoturismo tiene una potencialidad mayor para contribuir a resolver los problemas de la Amazonía.

En esta perspectiva, ya no hay que circunscribirse sólo al espectro de las áreas protegidas; el ecoturismo tiene también una gran potencialidad para contribuir a la conservación de áreas no protegidas.

El ecoturismo es hijo natural de la diversificación, es hijo natural del avance de la humanidad hacia una conciencia ambiental, social y cultural. En consecuencia, por naturaleza el ecoturismo no es masivo. Es exactamente lo contrario, pero puede perfectamente ser nucleado en centros para luego ejercer su propia expectativa de viaje.

Puede ser cierto que los empresarios tengan un criterio del ecoturismo, los ambientalistas otro y los gobiernos otro y hasta puede ser beneficioso. Esta es precisamente la labor del Tratado, lanzar iniciativas que agreguen a la sociedad. Nuestras sociedades están enfermas de desagregación. Debemos agregarlas institucionalmente, debemos agregar en el ecoturismo indígenas, ambientalistas y empresarios.

En mi experiencia personal como empresario, siempre he pensado que un gran aliado del empresario de ecoturismo es el indígena. Son los grandes aliados del ambiente. Tenemos el ejemplo de TRANSTURI, empresa líder en el Ecuador que tiene una alianza comercial con los Cofanes en el Parque Nacional de Cuyavenú, en el río Aguarico, que funciona muy bien. Tenemos también el ejemplo de conservación internacional de los Ticuna, en Bolivia, a través de una alianza entre una empresa privada y los indígenas, y entre una ONG y los indígenas; de manera que más bien el desafío es buscar un camino que podamos recorrer juntos entre países diferentes, sectores diferentes y pensamientos diferentes. Y más allá del tema del turismo, este es el desafío de la humanidad hacia adelante: unir la diversidad.

Por último, ¿quiénes son inversionistas? Por supuesto que hay sectores de la producción que requieren inversionistas de gran tamaño, que normalmente están en el exterior. Pero hay sectores de la producción que pueden activarse con inversionistas de muy poco tamaño, en cuanto a capacidad económica. Siempre que hablamos de inversionistas en Turismo, hablamos de un inversionista extranjero, grande. Sin embargo, por la llegada individual de los turistas, por lo dinámica de diversificación cada vez mayor del mercado, la empresa ecoturística puede ser muy pequeña y dar un eficiente servicio.

De esta manera, hay una gran potencialidad de inversiones a nivel local. Existen actores del ecoturismo que están viviendo y trabajando en el área y que tienen una enorme potencialidad para iniciar empresas de tipo ecoturístico que no podemos desperdiciar.

I.2.4 LOS PUEBLOS INDIGENAS Y EL ECOTURISMO AMAZONICO

José Francisco Avilés
Codirector del Proyecto denominado "Proyecto Regional de Consolidación de tierras/
territorios indígenas"
a través del Tratado de Cooperación Amazónica.

Soy indígena quichua ecuatoriano y quisiera presentar a ustedes el punto de vista de los pueblos indígenas y nuestra participación en las actividades del ecoturismo. Los pueblos indígenas amazónicos somos los únicos que hemos conservado y cuidado la selva durante siglos y ahora nos hemos organizado con la finalidad de evitar la explotación irracional de la Cuenca Amazónica. En muchos casos la explotación irracional de la Amazonía, ya sea por la actividad petrolera, maderera o la actividad turística misma, ha tenido también efectos destructivos para los pueblos indígenas que han ido perdiendo su forma de vida y su cultura. Muchos pueblos han sido exterminados a lo largo de la historia: hace 500 años en la Cuenca Amazónica existían más de 3,000 pueblos indígenas, hoy día somos menos de 400.

Los pueblos indígenas consideramos que somos uno con el territorio y queremos vivir en paz y armonía. Para nosotros el territorio es un hábitat donde vivimos, donde están todos los recursos necesarios para la vida, como la medicina natural, el aire puro, y todos los recursos que existen dentro de la selva. Por eso, nuestro primer planteamiento como pueblos indígenas ha sido justamente el de conservar y defender nuestros territorios. Nuestras futuras generaciones tienen que seguir viviendo, por eso nosotros queremos seguir valorizando y fortaleciendo lo que es nuestro.

No queremos seguir siendo utilizados como hasta ahora. A lo largo y ancho de la cuenca amazónica el indígena ha sido visto como un atractivo turístico y nada más, ha sido explotado y marginado, muchas veces lo primero que quiere ver el turista es al indígena, tal vez desnudo, como si fuera un animal salvaje. Queremos ser actores sociales directos en la actividad del ecoturismo. No hay otra forma de hacerlo si es que verdaderamente buscamos el desarrollo sustentable.

En el Ecuador, estamos empezando a trabajar en un programa de ecoturismo para invitar a conocer la selva y compartir nuestros conocimientos y nuestras experiencias. Nosotros también somos expertos en la selva, la conocemos muy bien, como conocemos todo lo que existe en el medio, cuando muchas veces los guías y los que tienen empresas turísticas ni siquiera están informados de lo que existe en el mundo amazónico.

Estamos mostrando, desde 1989, cómo los pueblos indígenas se organizan con sus propios medios, esfuerzos y recursos para comenzar a participar en las actividades del ecoturismo.

La participación de las comunidades y organizaciones indígenas en el ecoturismo es necesaria. Efectivamente, no es posible hablar de la Cuenca Amazónica, ni menos aún de desarrollo sustentable, si no tenemos en cuenta la participación directa de los pueblos indígenas en este tipo de actividades.

Nuestro planteamiento es la generación de alternativas de diversificación de la economía comunitaria que permita utilizar productivamente la selva virgen evitando su destrucción. Estamos en condiciones de hacerlo y somos los llamados para mantener la selva virgen de la mejor manera para que este bosque pueda durar muchos años. Y, desde el punto de vista económico es fundamental la creación de nuevas fuentes de trabajo para todos los sectores de la comunidad: jóvenes, adultos, ancianos, hombres y mujeres, para evitar la migración.

Otro planteamiento importante es la reinversión de los beneficios a nivel comunitario, tanto en la solución de problemas sociales, como en la iniciación de otras actividades económicas comunitarias, como la artesanía, la cría de animales menores, cultivos de frutas, vegetales, etc., que tienen en los programas de ecoturismo su primer mercado.

Otro aspecto importante es la incorporación de tecnologías apropiadas para el mejoramiento de la productividad y la calidad de los productos.

En el aspecto social, creemos que es necesaria la consolidación del proceso organizativo a nivel comunitario permitiendo la planificación, ejecución, seguimiento y evaluación de los programas de desarrollo auto-gestionario, especialmente en el ecoturismo.

La reinversión social y equitativa de los beneficios del turismo, con miras a buscar la solución de las necesidades comunitarias en función de sus prioridades, así como en la capacitación de recursos humanos y la capitalización, son fundamentales. La capacitación es muy importante para los pueblos indígenas por que somos conscientes que debemos estar bien preparados para poder atender a los turistas de la mejor manera y tener la capacidad de hacer conocer lo que sabemos.

En el aspecto cultural planteamos la recuperación y potencialización de los conocimientos y valores culturales, no como productos folklóricos, sino como elementos que fortalezcan nuestra identidad como pueblos indígenas y así lograr el reconocimiento externo de la riqueza de la diversidad cultural de la región.

En lo político, es fundamental el aumento de la capacidad de negociación de las comunidades con otros sectores involucrados en la actividad turística, con el objeto de repartir equitativamente las obligaciones y beneficios que trae el manejo de la misma.

Para nosotros es muy importante que las sociedades nacionales reconozcan a los pueblos indígenas y nuestras organizaciones como actores sociales con capacidad de actuar activamente en la búsqueda de alternativas de desarrollo sustentable, no sólo para nuestro sector sino para todo el pueblo, en cada uno de los países en la Cuenca Amazónica en su conjunto.

En lo ecológico, planteamos la disminución de la tasa de deforestación de la selva y su incorporación a una actividad productiva, sin destruirla. Planteamos generar actividades de reforestación, recuperando especies nativas en peligro de extinción, la implementación

de sistemas de manejo y uso sustentable de especies de fauna y flora silvestre y la recuperación y revalorización de conocimientos y técnicas de manejo y uso tradicional de nuestros recursos naturales.

Estos son los planteamientos básicos de los pueblos indígenas para poder trabajar todos juntos y así fortalecer los proyectos con el intercambio de experiencias, ayudarnos mutuamente y de esta manera, buscar un sistema en el que todos seamos parte de los beneficios, para fortalecer todas nuestras instituciones y la sociedad en su conjunto.

En este sentido, estamos trabajando para elaborar una propuesta de ecoturismo a nivel de la región amazónica ecuatoriana, así como una propuesta de reforma a la ley de Ecoturismo en nuestro país porque la ley de turismo ecuatoriana no garantiza cabalmente la participación comunitaria de los pueblos indígenas. Estamos trabajando para que se reconozca al sector comunitario o de autogestión como agente y beneficiario de la actividad económica del turismo, para garantizar que seamos tomados en cuenta y tengamos representación en todas estas instancias para compartir nuestras experiencias y nuestros conocimientos.

Creemos que solamente creando nuestra propia empresa comunitaria autogestionaria podremos hablar de un desarrollo sustentable y del cuidado del bosque tropical para que nuestra Amazonía pueda sobrevivir. En caso contrario, nosotros mismos o quizás la sociedad entera será culpable de la destrucción de la selva y seremos responsables directos de que algún día los pueblos indígenas puedan desaparecer.

PARTE II: PROPUESTAS NACIONALES

II.1 BOLIVIA: ETNO-ECO-TURISMO

Karen Wachtel Bowyer

Subsecretario de Promoción Turística, Secretaría Nacional de Turismo
Ministerio de Desarrollo Económico de Bolivia

1. Algunas Precisiones Conceptuales:

En nuestro concepto, al ecoturismo le corresponde trabajar solamente en las Areas Naturales Protegidas que en Bolivia no son responsabilidad del sector turismo sino de la Secretaria de Recursos Naturales. Esta, a su vez, maneja un concepto en el que priman más los criterios de preservación que los propios del turismo y son áreas en las que, en muchos casos, el turismo no puede ni siquiera opinar.

Pensamos, así mismo, que el turismo responsable tiene que ser un turismo sustentable y sostenible que ofrece muchas más opciones de trabajo y de conseguir los objetivos que se plantea el Tratado de Cooperación Amazónico, que tomando el concepto de ecoturismo.

Por otro lado, existe una disparidad en el manejo de los conceptos entre el sector privado, el sector público y los organismos internacionales, porque las funciones de unos y de otros son absolutamente diferentes, con tiempos diferentes. Los tiempos de acción del sector privado son inmediatos, se mueven en función al mercado. La función del estado es simplemente normativa, de facilitación y creación de las condiciones de infraestructura. En consecuencia el ecoturismo es un tema delicado que en cada país tiene su propia connotación.

2. El Turismo en la Estrategia Nacional de Desarrollo.

En Bolivia no tenemos una estrategia especialmente diseñada para el área amazónica, sino que en el marco de la estrategia nacional está considerado el componente de desarrollo de la región amazónica.

Bolivia ha sido considerado en el mundo como el país del altiplano, cuando éste no significa ni el 30% de su extensión total. Nuestro país pertenece, en realidad, a tres cuencas: la Cuenca Amazónica, la Cuenca del Río de la Plata y la Cuenca del lago Titicaca. Por consiguiente, cuando hablamos del desarrollo de la región amazónica, estamos hablando de todo el departamento de Pando, del Beni -prácticamente en su integridad-, parte de Santa Cruz, parte de Cochabamba, y parte de La Paz.

¿Qué significa el turismo en Bolivia? En términos numéricos, aproximadamente 320,000 turistas en 1994, con una tasa de crecimiento anual de 18.8%, frente a un 7% vegetativo que tuvimos en la década anterior. Los ingresos en divisas representan 135 millones de dólares que, para una economía de la magnitud de la boliviana con sólo 1'200,000 dólares por exportaciones, es una cifra muy importante. Por esta razón el gobierno boliviano designa un rol prioritario al desarrollo del turismo en el marco de la economía nacional.

Con el objeto de situarnos en el contexto y poder identificar el impacto en la región amazónica, la distribución de los turistas extranjeros, es más o menos como sigue: Trinidad, con un mínimo de 1.10%: Santa Cruz 23.8%, Cobija 0.10%, La Paz 51.39% . En el turismo interno, más o menos se repite lo mismo, con una pequeña incidencia de lo que es impacto en Cobija y Trinidad debido al comercio entre los propios bolivianos. El índice porcentual de crecimiento que se ha registrado en el último año en Cobija sigue siendo prácticamente nulo, a pesar de que es allí donde están localizados los mayores atractivos de la región amazónica boliviana. Trinidad ha tenido, en el mismo período, un crecimiento del 33%, lo que nos está demostrando que hay una coincidencia con las tendencias del turismo internacional hacia lo que es el ecoturismo.

El país posee 1,300 atractivos turísticos, de los cuales 22 están en Pando, 168 en Santa Cruz y 114 en el Beni. El turismo organizado significa solamente el 22%, mientras el turismo independiente significa el 77%, lo que indudablemente define las formas de venta y comercialización del producto.

El turismo ha sido definido en Bolivia como un instrumento de las estrategias y políticas nacionales para el desarrollo económico y social de los pueblos, fundamentalmente de aquellos que están localizados en las áreas rurales. El Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social, al cual están sujetas todas las actividades económicas del país, desde la minería hasta los servicios turísticos, define, de acuerdo a la política actual del gobierno, la función del Estado como el agente promotor que dirige y define las reglas.

En este contexto, el Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social señala una serie de objetivos que el sector turismo ha asumido como suyos. En primer lugar, el cambio del carácter de la inserción internacional de Bolivia, que significó un cambio en la imagen del país en el exterior. Bolivia siempre ha tenido la imagen de país monoprodutor de estaño, ahora el turismo va a contribuir a la transformación productiva a través de la producción de turismo en gran escala.

Como sucede en muchos de los países amazónicos, no se logra un aprovechamiento racional de los recursos naturales en Bolivia, porque no le estamos dando valor económico a su potencial. Hay que decir a los madereros, por ejemplo, que un árbol en pie vale mucho más, pues cada turista va a dejar 100 dólares, en vez de cortarlo y que le paguen 10. El turismo contribuye así, como parte de la estrategia nacional, a la relación armónica entre población y recursos naturales, teniendo en cuenta que otro de los fines de la conservación es involucrar en su protección y conservación a las poblaciones que habitan en estas áreas naturales.

De esta manera el turismo es involucrado en toda la estrategia de desarrollo nacional como una importante actividad del sector terciario.

3. Nuestra Estrategia para el Desarrollo del Turismo

En el campo del turismo Bolivia se ha propuesto objetivos de corto, mediano y largo plazo. Hemos definido el corto plazo como el tiempo político que tenemos hasta 1997; el mediano plazo, hacia más o menos el año 2,000; y el largo plazo hacia el 2,005. Estos objetivos buscan cambiar absolutamente el actual sistema de producción turística que existe en el país. En el corto plazo nos hemos propuesto: 1) concentrar y consolidar la oferta turística actual, mejorando los servicios y las condiciones de operación; 2)

diversificar e incorporar nuevos recursos o la oferta, incorporando otros circuitos; 3) insertar competitivamente el producto Bolivia en el mercado internacional. Este último objetivo es tal vez el centro de la acción que Bolivia está llevando adelante en materia de turismo.

El problema central de Bolivia es que no tiene una imagen definida, no se sabe qué es Bolivia, ni menos aún cual es su producto turístico. Hemos visto entonces, la necesidad de definir un concepto que nos permita lograr nichos de mercado más oportunos, vendiendo a Bolivia en su integridad. De acuerdo a los estudios y análisis realizados, la ventaja comparativa de Bolivia es que comprende 33 etnias definidas en todo el país; aproximadamente 30 Areas Protegidas, parques nacionales y sitios arqueológicos debidamente identificados; aproximadamente 850 áreas paleontológicas; y además, tiene la particularidad de que sus expresiones culturales y étnicas no son de peña folklórica o de reserva, sino que el país es una expresión étnica viviente cotidiana. A partir de este análisis hemos decidido que lograremos una posición en el mercado internacional a partir de dos elementos: la diversidad étnica y la naturaleza.

Hemos definido, en consecuencia, un nuevo concepto de turismo que es el etno-eco-turismo para ubicarnos en el mercado internacional. Las tendencias de la demanda del turismo interno muestran que lo que más está creciendo, es la demanda de los destinos identificados como ecoturísticos y los lugares que tienen culturas auténticas. El plantear que Bolivia es etno-eco-turismo nos permite mostrar al conjunto del país, diferenciándonos del Perú, del Brasil y de los demás países.

Otro objetivo es el de transferir gradualmente las funciones de fomento y control a las instancias regionales. Yo creo que esto es muy importante para el trabajo que vamos a realizar en la Amazonía. Nosotros estamos traspasando a los municipios muchas de las responsabilidades de la Secretaría Nacional de Turismo como el control de calidad de los servicios. Nosotros damos la norma y los municipios son los que controlan, ya que son ellos los que se benefician. Lo mismo sucede con una serie de actividades de información y de mantenimiento del patrimonio de las áreas de atractivo que ya no son de competencia nuestra, sino de los municipios.

En cuanto a la consolidación de la oferta turística, tenemos un proyecto que son los Centros de Asistencia Turística y en el mediano plazo, los Complejos de Desarrollo Turístico Integral.

Estamos llevando a cabo una tarea de planificación, para lo cual hemos identificado las áreas mejor dotadas de nuestra Amazonía para la explotación del turismo, y establecido las vías de conexión aéreas y los demás accesos posibles. Actualmente, están conectadas por tierra y por avión, prácticamente todas las áreas que vamos a explotar en la Amazonía. A nivel nacional tenemos distribuidas las llamadas Unidades Turísticas de Bolivia en puntos de concentración turística que tienen accesos y servicios, como el área de Cachuela, todo la región de Pando, que colinda con la región del Manu y que nos hemos propuesto trabajar conjuntamente con el Perú.

Nuestra estrategia tiene varios componentes: el producto, la demanda, la oferta de servicios, la competitividad y la relación interinstitucional, porque el turismo no puede hacer nada solo, tiene que relacionarse con infinidad de instituciones. En esta estrategia tenemos definidas a nivel nacional cinco áreas importantes de nuestra Amazonía en las

que vamos a trabajar, con la ventaja de que para llegar al Chapare o a Trinidad no tenemos que pasar las peripecias que pasan, por ejemplo, los turistas para llegar al Pantanal en el Brasil, sino que tenemos vuelos prácticamente a todas las ciudades capitales. De las cinco áreas, tres están en Santa Cruz, donde está el Parque Noel Kempff y Amboró. En el caso de la Amazonía, Trinidad Chuchini, Cachuala-Esperanza, y en el caso de Cochabamba, sobre todo, la parte del Chapare y el Parque Carrasco.

En cuanto a la demanda, para Bolivia el principal mercado es el mercado regional y nuestra principal estrategia es trabajar en Argentina, Brasil y Chile. De hecho Chile es nuestro principal mercado para lo que es la oferta amazónica.

Nosotros consideramos que el hecho de que Bolivia esté ubicada en el corazón de América es una ventaja comparativa frente a otros países, ya que nos permite trabajar en circuitos integrados. Vamos a vender Bolivia como parte del circuito MachuPicchu -Cuzco-La Paz -Sucre-; vamos a vender un circuito que abarca desde la Argentina hasta Sucre y que va hasta Córdoba; el circuito Che Guevara, el circuito de las Misiones Jesuitas que podemos vender con el Paraguay y los circuitos con Chile.

La consolidación de los circuitos turísticos existentes no es una tarea muy fácil. Bolivia no tiene inversiones y no tenemos los hoteles peruanos en el Cuzco, o los que hay en Manaos. Bolivia es un país que tiene 1 '098.581 Km². y solamente 6 millones de habitantes, lo cual quiere decir que en todo Bolivia hay menos gente que en Lima. La población está muy dispersa y los atractivos también y cuando hablamos de consolidar circuitos, estamos hablando de áreas muy amplias, donde en muchos casos hay atractivos y accesos, pero los servicios son pésimos o simplemente no los hay.

Hemos definido, entonces, un modelo que llamamos los Centros de Asistencia al Turista, que consisten en unidades de equipamiento turístico que se diseñan en forma modular por partes y se localizan en un punto tal que permite la fluidez de un circuito determinado. Estos Centros de Asistencia al Turista tienen dos finalidades: i) servir como punta de lanza para hacer crecer las inversiones que vendrán posteriormente; y ii) incorporar a la población rural a la actividad turística.

Los Centros de Asistencia al Turista pueden no tener unidades de restaurantes o de dormitorios, cuando estos existen en las poblaciones, pero lo que no pueden dejar de tener es un museo de sitio y un taller artesanal, dos componentes centrales de los Centros de Asistencia al Turista.

Su construcción obedece al concepto planteado por el arquitecto Roberto Boullón: por fuera una choza y por dentro con todos los servicios que espera recibir el turista. Se construye bajo la tipología de construcción de cada piso ecológico y del área donde está localizado, y obviamente, los beneficios de la administración de estos Centros de Asistencia al Turista van a beneficiar a las poblaciones rurales dentro de las cuales se circunscribe. La comunidad participa con mano de obra, que es una forma de enseñarles a trabajar y a construir y luego ellos mejorarán su propio hábitat.

De los 26 Centros de Asistencia al Turista proyectados, tenemos financiados cuatro y otros cuatro están en estudio. Una vez construidos los primeros, estamos absolutamente seguros que las demás comunidades involucradas nos van a pedir hacerlo ellos mismos, con sus propios recursos.

Tenemos definidos los estudios económicos financieros de todos estos complejos. Diversas ONG's que tienen proyectos de desarrollo en el área rural han tomado contacto con nosotros para construir Centros de Asistencia al Turista, que al ser unidades modulares, tienen la ventaja de comenzar con un dormitorio de 4 o 6 camas, para luego ir ampliando su capacidad.

Como es de suponer, los Centros de Asistencia al Turista no van a cambiar la estructura del turismo de Bolivia. Tenemos proyectado, en el largo plazo, crear un nuevo sistema que hemos definido como los Complejos de Desarrollo Integral. Existe un Plan Nacional, que está financiado, para convertir a Bolivia en un punto de tráfico entre los países vecinos. Se han definido cinco corredores de exportación con carreteras apropiadas, en base a una inversión del Estado y se han localizado 10 Complejos de Desarrollo Integral.

Las inversiones van a venir a aquéllos destinos que permitan operar en una economía de escala. Hemos identificado 10 lugares diferentes en su oferta básica, como son: Cachuela-Esperanza, que entre otras cosas es el lugar que ha propuesto la OCR para hacer el proyecto piloto en Bolivia; la Cordillera Real; el lago Titicaca; la Región de Salar de Uyuni; Villa Tunari en el Chapare; Trinidad, donde están los restos de la única cultura hidráulica de Mojos, que fue capaz de dominar a los ríos del Amazonas. Esta es una zona en la cual hay aproximadamente 20,000 lomas artificiales, hechas por esos pobladores para comunicarse unos con otros y para evitar el problema de las inundaciones. Esta área es muy rica desde el punto de vista arqueológico, con un gran potencial en los elementos diferenciales para la oferta turística.

Estos Complejos de Desarrollo Integral han sido diseñados teniendo en cuenta la demanda internacional. Después de un día o dos de aventura en la Amazonía, el turista quiere llegar a un lugar donde encuentre un whisky, o donde tenga todos los elementos para su confort. Estos centros se definen como un área de equipamiento donde vamos a tener hoteles de cinco y cuatro estrellas, restaurantes y todo lo que necesita el turista en esa región. Pero el mayor atractivo turístico, no es el complejo en sí, sino todos los circuitos adicionales que estamos preparando. Habrá un señor que llevará al turista a ver todo lo que espera encontrar. Los estudios de cuatro de estos complejos ya han sido financiados por el BID: Cachuela-Esperanza, Región de Cordillera de los Andes, lago Titicaca y Salar de Uyuni.

Estos son los aspectos centrales de nuestra estrategia para el desarrollo del turismo amazónico boliviano.

II.2 BRASIL: HACIA UNA POLITICA NACIONAL DE ECOTURISMO

Denise Hamu de la Penha,
(Coordinadora General, Secretaría de Coordinación de los Asuntos de la Amazonía Legal.
Ministerio del Medio Ambiente, de los Recursos Hídricos y de la Amazonía Legal del
Brasil)
y Silvio Barros.

1. Presentación

Hace aproximadamente un año que el gobierno brasileño decidió tratar el ecoturismo como un negocio rentable para el país. Se constituyó entonces una comisión interministerial integrada por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, el Ministerio del Medio Ambiente, y el Instituto Brasileño de Turismo y el IBAMA (Instituto Brasileño de Recursos Naturales Renovables), como órganos especializados.

Esta comisión ha recibido opiniones y propuestas por medio de la Asociación Brasileña de Ecoturismo, de operadores de ecoturismo, de la Banca y otras fuentes de financiamiento y de las Organizaciones No-Gubernamentales. El resultado es un documento que contiene las directrices para una política nacional de ecoturismo.

Estas líneas directrices parten del supuesto que el ecoturismo representa una demanda creciente en el país, pero que presenta problemas de organización. Como resultado de ello, el producto ecoturístico brasileño estaba comenzando a caer en el descrédito por que no había control de calidad del producto vendido y por falta de ofertas de destinos adecuadamente preparados para recibir al ecoturista. El objetivo principal, en consecuencia, es el desarrollo del ecoturismo en forma organizada y articulada.

2. líneas Directrices para el Desarrollo del Ecoturismo en Brasil

a) Reglamentación que provea al ecoturismo de una base jurídica para operar. Existe la prohibición de utilizar áreas protegidas como destinos ecoturísticos; queremos dotar a los parques nacionales de la infraestructura adecuada para convertirlos en destino ecoturístico. En la Semana del Medio Ambiente, el Presidente Fernando Enrique Cardoso firmó un "protocolo de intenciones" entre el sector público y el sector privado para implementar el primer proyecto piloto de ecoturismo en una Unidad de Conservación federal. Para muchos países puede parecer un hecho común, sin embargo para el Brasil es una hazaña, posible principalmente gracias a la presión ejercida por el documento mencionado para que las unidades de conservación fuesen abiertas al público. Tenemos, en este momento, un producto piloto en la Sierra Nacional de la Canastra, en el Estado de Minas Gerais, que tiene un plazo de tres meses para definir su plan de acción para el ecoturismo.

b) Fortalecimiento institucional. En un país con la dimensión de Brasil, con órganos e instituciones distribuidas por toda la región, es muy difícil hacer esfuerzos conjuntos y hablar un mismo lenguaje. Nuestros esfuerzos a veces son duplicados y otros veces no logran implementarse por falta de infraestructura. Actualmente, estamos estableciendo un convenio entre la EMBRATUR, el IBAMA, nuestro Ministerio del Medio Ambiente y el Ministerio de la Industria, Comercio y Turismo, para mantener un grupo de trabajo que será liderado por el Ministerio del Medio Ambiente, en estrecho acuerdo con la EMBRATUR para definir los programas y proyectos específicos de la política nacional de ecoturismo. Será un grupo permanente que contará con la presencia de la Asociación Brasileña de Ecoturismo y con especialistas del área. Así, procederemos al fortalecimiento institucional para poder trazar las prioridades.

c) Formación y capacitación de recursos humanos. Una vez trazada la política nacional en este aspecto hay que manejar el tema por región. En la Secretaría de Coordinación de Asuntos de la Amazonía en el Ministerio del Medio Ambiente, estamos dando un

tratamiento específico para la capacitación. Comenzaremos a implementar oficinas de capacitación en ecoturismo en los nueve estados de la Amazonía legal. Contamos con un conjunto de organizaciones no-gubernamentales, que han ofrecido sus oficinas de capacitación para que en los nueve estados tengamos un mínimo de cincuenta personas entrenadas para operar en ecoturismo. Eso incluye las comunidades locales, los empresarios, organismos gubernamentales y no-gubernamentales. La lista de los interesados es bien larga.

d) Control de calidad del producto ecoturístico. Mucho ya se ha expresado acerca del combate que vienen librando las agencias y los operadores serios, contra los falsos operadores de ecoturismo.

e) Manejo de información. Este tópico está en función del fortalecimiento interinstitucional y se refleja en la erección de bancos de datos a fin de contar con información correcta y actualizada. Todo está aún por investigarse, algunos datos todavía son imprecisos y con relación al ecoturismo, sólo contamos con estimados.

f) Incentivo al desarrollo del ecoturismo, principalmente a nivel de incentivos fiscales. Aquí la acción se extiende también a las comunidades; no tiene sentido, por ejemplo, que el agente de turismo de Rio o de Sao Paulo, vaya a operar en una pequeña ciudad al interior de Pará y que no deje ninguna compensación a esa comunidad. Nos proponemos hacer llegar estos incentivos fiscales también a las comunidades pequeñas, o fin de que puedan someter a aprobación sus proyectos con el apoyo financiero del gobierno federal, entre otros aspectos.

g) Instalación y adecuación de infraestructura. Incluye, desde la investigación de materiales y equipos de infraestructura hasta saneamiento, carreteras y otras obras necesarias.

h) Concientización e información del turista. Sabemos que el ecoturista es un individuo poseedor de una concepción particular acerca del medio ambiente. A veces el turista corriente que se vuelve accidentalmente un ecoturista no tiene noción de ello, por lo tanto debe ser concientizado para la acción. El debe entender la articulación tan importante que el turismo realiza entre el desarrollo y el medio ambiente.

i) Participación comunitaria. Resulta uno de los principales factores de esa política, pues por medio de la acción comunitaria los recursos financieros pueden derivarse para lograr una mejoría de la calidad de vida de esas poblaciones. En el Brasil, como en otros países, hay poblaciones muy pobres, sobre todo aquellas destinatarias del ecoturismo, con las cuales actuaremos a fin de que reconozcan en el turismo una actividad económica rentable.

Estas son nuestras primeras ideas y con este grupo interministerial y la presencia de la iniciativa privada vamos a definir los programas. Para la Amazonía legal hemos iniciado el trabajo con las oficinas de capacitación y tenemos una serie de otras propuestas que están aún en fase embrionaria.

3. Las Oficinas de Ecoturismo.

Estas oficinas son parte de un proyecto desarrollado por Conservation International, con consultores canadienses que prepararon la metodología para involucrar a las comunidades locales, las ONG's, los organismos gubernamentales de medio ambiente y turismo y los empresarios, en el desarrollo del producto ecoturístico de una determinada región o ecosistema.

El objetivo de estas oficinas es capacitar a la población local, no sólo como mano de obra, sino en la comprensión del conjunto de la actividad económica para así poder transformarse en empresarios, participando en el proceso. Mas aún, como en Brasil tenemos ecosistemas muy diversos, las oficinas están suministrando información a las oficinas nacionales de ecoturismo sobre las diferencias culturales, ecológicas y ambientales de cada parte del país. No se puede empezar a desarrollar una política nacional de ecoturismo pretendiendo que sirva para el Amazonas y para los departamentos de la región nor-oriental del país y para el Pantanal o para las montañas del sur, porque son ecosistemas y culturas totalmente distintas. Las Oficinas de Ecoturismo nos permiten obtener la información necesaria para adaptar la política nacional a las características regionales.

En el caso específico del ecoturismo en la región amazónica existe otra iniciativa para la capacitación profesional y para la reglamentación no impuesta por el gobierno sino propuesta por una fundación americana llamada Fundación para el Futuro. Esta entidad ha sido constituida, específicamente, para desarrollar un proyecto en el Amazonas que incluye la construcción de un "lodge" modelo. Este proyecto es concebido como tal desde la identificación del lugar para su construcción, los equipos que se utilizarán para la generación de energía alternativa y los mecanismos de tratamiento de las aguas servidas. Se proponen emplear los equipos más modernos y adecuados, desde el punto de vista ambiental, para reducir al mínimo el impacto.

Como hotel modelo, tendrá los libros de contabilidad abiertos a los empresarios interesados en implementar empresas en la Amazonía, a fin de facilitarles la información sobre la inversión, por ejemplo, en equipos de generación de energía solar, -inversión elevada al principio- para que puedan así verificar las ventajas de implementar una empresa lo más moderna posible en términos tecnológicos. Este "lodge modelo" no sólo lo es en relación a la infraestructura, la construcción, los materiales y características de la zona, sino que es también una escuela. Es un hotel-escuela donde se preparará y capacitará a la población de la zona para trabajar en el mismo hotel, desde los trabajos más simples y elementales, hasta el manejo de la empresa.

La mayoría de empresas ecoturísticas en Brasil están en zonas privadas y la gran parte de los inversionistas no conocen nada sobre el manejo de recursos naturales, de modo que el número cada vez mayor de turistas que reciben, incentivados por las ganancias, terminan destruyendo la propia fuente de su negocio. Este proyecto de la Fundación para el Futuro pretende entrenar personas para el manejo de los recursos naturales en "lodges" particulares y privados. Se espera que este modelo después sea duplicado en otros países.

Otro proyecto, de especial interés, realizado por la Secretaria Turística del Estado del Amazonas -que concentra el 80% del movimiento ecoturístico del Brasil- es el estudio

sobre los impactos del Ecoturismo en las poblaciones locales, cuyos resultados indican que el impacto más importante no es económico, sino social y ambiental.

Los cambios provocados por los establecimientos ecoturísticos en las poblaciones locales están relacionados principalmente con cambios en la relación de la gente con el medio ambiente. Ya no se matan más monos, ni se cortan más árboles, desde que los turistas llegaron, el mono vivo vale más que el mono muerto.

Además de los cambios en el comportamiento de las personas, están también los beneficios sociales que estas inversiones han significado para la población local, como por ejemplo, transportes hasta la ciudad, profesores para dar clases a los niños, asistencia médica, combustible para el generador de electricidad, etc. beneficios que, en la mayoría de los casos no se podía obtener aunque hubiera dinero, porque simplemente antes no había en el lugar.

II.3 COLOMBIA: ECOTURISMO Y ESTRATEGIAS DE CONCERTACION PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

Carlos Rodriguez,
Director de Desarrollo del Producto Turístico. Corporación Nacional de Turismo de Colombia.
Con la colaboración de Gustavo Adolfo Toro.

1. Presentación.

Colombia es un país que tiene una tradición importante en relación al manejo ambiental, el 10% de su territorio está dedicado a Áreas Protegidas y desde 1961 se creó un instituto de los Recursos Naturales Renovables, como una dependencia del Ministerio de Agricultura. En los últimos años, con un mayor conocimiento de la problemática ambiental, se hizo imprescindible dar una mayor categoría a la institución encargada de su manejo y en 1993 se creó el Ministerio del Medio Ambiente. Este Ministerio absorbió al instituto, creándose otros organismos para la coordinación de la temática ambiental a nivel nacional.

En este contexto se ha ido superando el divorcio eterno existente entre los que manejan el medio ambiente y los que manejamos el turismo, porque finalmente hemos entendido que la prioridad tiene que ser la conservación del recurso, la conservación del medio ambiente, y el turismo debe ser visto como una herramienta para preservar y no para acabar con el recurso. Nos ha costado un poco de trabajo llegar a esta convergencia, pero se está logrando.

La importancia que tiene el tema ambiental en Colombia, cuya relevancia constitucional fue sancionada por la Constitución de 1991, se expresa, finalmente, en que ahora tenemos el Plan de Desarrollo Económico, Social y Ambiental.

2. Ecoturismo: Conservación y Rentabilidad

En el contexto señalado, la vinculación del tema ambiental con el turismo tiene una primerísima importancia. La formación de los que trabajamos en la Corporación Nacional de Turismo es eminentemente ambientalista ,y desde hace muchos años hemos involucrado la variable ambiental en el desarrollo del turismo tanto convencional, como ahora el ecoturismo y hemos buscado la mejor forma de concertar con el sector ambiental para que las actividades del turismo en general y del ecoturismo en particular, puedan lograrse bajo óptimos resultados. En este sentido, los objetivos que plantea el Tratado de Cooperación Amazónica y los objetivos que persigue el gobierno colombiano con respecto al desarrollo del ecoturismo, se identifican perfectamente.

Nosotros hemos definido con claridad que la materia prima más relevante para el desarrollo del ecoturismo es nuestra biodiversidad cultural, que es muy importante y está representada por los yacimientos arqueológicos, evidencias geológicas, calidad paisajista, fisiografía, hidrografía y diversidad climática.

En el caso concreto de la Amazonía, queremos revalorar básicamente la biodiversidad y la diversidad cultural, además de las evidencias geológicas y algunos yacimientos arqueológicos que están situados sobre todo en la Cuenca de los ríos.

Los propósitos específicos que busca el gobierno colombiano con el desarrollo del ecoturismo son básicamente: educación ambiental y recreación; fuentes de ingreso para financiar la conservación y el mejoramiento de los recursos naturales y culturales; y fuentes de empleo para las comunidades directamente involucradas; a partir de la conservación y desarrollo de modelos ecoturísticos que realmente reflejen y respondan a las necesidades de la población . Hemos tenido algunas experiencias y en estos momentos estamos trabajando con algunas comunidades y la verdad es que no es fácil conseguir beneficios económicos para la región y que las comunidades nativas involucradas, sean negros, colonos o indígenas, se beneficien tanto económicamente como con el intercambio cultural.

La opción es hacer rentable la naturaleza con criterio conservacionista. Es así como la misma gente que está utilizando el bosque, por ejemplo, comienza a darse cuenta que el ecoturismo puede lograr mejores resultados y ser más rentable que la extracción de madera o la caza furtiva de algunas especies faunísticas para venderlas al mercado ilegal que muchas veces hay en nuestros países.

Tenemos que proporcionar experiencias y vivencias de gran calidad al ecoturista. Se crea realmente un grave problema cuando las empresas toman la bandera de la ecología y del ecoturismo como un gancho para su imagen, pero su actuación no tiene nada que ver con el ecoturismo y muy por el contrario, muchas veces son los principales depredadores.

Tenemos que valorizar nuestro patrimonio cultural y natural. A estas alturas para nadie es un secreto que países como Brasil, Perú, Bolivia, Colombia, Ecuador, entre otros, poseen una gran diversidad y tienen una importante imagen internacional en cuanto a las riquezas de flora y fauna que poseen. Es más, se sabe muy bien que los principales promotores del ecoturismo de muchos países han sido los científicos y los investigadores que a través de sus estudios de años han valorizado importantes riquezas naturales, como el caso de Galápagos, que bien aprovechadas, significan importantes beneficios tanto para la

conservación de este patrimonio, como para el aprovechamiento cultural de quienes lo aprenden a conocer.

Estratégicamente, Colombia está desarrollando una política muy concertada con el sector ambiental y con las otras instancias gubernamentales y privadas relacionadas con los escenarios de interés común para el desarrollo del ecoturismo. El Ministerio del Medio Ambiente es el encargado de dar las directivas, requerimientos y normas específicas, dentro de un enfoque adoptado entre todas las instancias relacionadas con el ecoturismo en el país.

Estamos trabajando en el ordenamiento territorial para el ecoturismo, tomando como base diferentes indicadores y las cinco regiones: la Amazonía, la parte de la Orinoquía, la región Andina, la parte del andén Pacífico y la región de las grandes llanuras del Caribe. Vamos a hacer una especie de pre-zonificación, jerarquizando los atractivos, así como un ordenamiento de aquellas zonas que son susceptibles de uso ecoturístico. Muchas veces se presentan folletos donde figuran algunos atractivos que si bien existen, no se pueden ver porque son inaccesibles o porque la zonificación realizada, desde el punto de vista de la reglamentación ambiental, no permite el uso ecoturístico. En consecuencia, para no engañar a los turistas es imprescindible hacer un ordenamiento territorial específico para el ecoturismo.

Estamos procediendo, igualmente, a una estructuración técnica y científica de los productos ecoturísticos con la participación de las comunidades involucradas. Los lineamientos científico-técnicos aplicados nos están aproximando a la medición de la capacidad de carga y al diseño de actividades con equipos interdisciplinarios, alimentándonos mucho de la información científica que nos aportan algunas entidades que han trabajado sobre los escenarios que nos interesan.

En nuestro concepto las normas generales deben adecuarse a cada región de acuerdo a sus propias singularidades. En nuestra Constitución se otorga gran preponderancia a los entes regionales que son los dueños de sus territorios. Nuestro rol, entonces, es orientarlos, ayudarlos y asesorarlos, pero ellos son los que toman las decisiones.

En el campo de la capacitación de los recursos humanos estamos haciendo grandes esfuerzos. En años pasados hicimos una primera experiencia conjunta entre el sector turismo y el sector ambiental para formar guías especializados en parques nacionales. Se trataba de emplear a las comunidades nativas, aprovechando el gran conocimiento empírico que poseen, y a un guía con formación ambiental capaz de interpretar el funcionamiento de la estructura científica de un sistema, para que trabajen conjuntamente. Logramos hacer diversos cursos involucrando a las diferentes regiones del país incluyendo, desde luego, la región amazónica.

También estamos estructurando un programa académico que va a ser desarrollado por dos universidades en Colombia, una que aporta todos los elementos ambientales y ecológicos, a través de las facultades de biología y antropología, y la otra que maneja la parte turística. Se está terminando un programa académico conjunto para un primer año de prueba, para luego desarrollar un programa de post-grado.

Hay otros entes educativos del gobierno que también están proponiendo algún tipo de capacitación para formación de guías en ecoturismo para la región amazónica.

Universidades que operan en la zona también están interesados en formar profesionales para diferentes tipos de actividades para el ecoturismo en la Amazonia. La formación básica se está trabajando con biólogos con formación en turismo.

En cuanto a la promoción de inversiones, se busca la participación de gente del sector, de la provincia y de diferentes lugares del país que estén interesados en este tipo de inversión. No es fácil, porque el Amazonas es visto como una zona muy compleja y difícil cuya rentabilidad no es evidente.

La promoción y el mercadeo los está asumiendo el Estado a través del sector turístico, buscando involucrar a otros entes vinculados al tema.

La mayoría de los escenarios que tienen vocación para el ecoturismo corresponden a las unidades de conservación adscritas al Sistema de Parques Nacionales de Colombia, a través de dos categorías básicas de manejo: los Parques Nacionales Naturales y los Santuarios de fauna y flora. Si bien es cierto que en nuestra Amazonía hay otras categorías de manejo que tienen excelente oferta y vocación para el ecoturismo, de acuerdo a la reglamentación de su uso y aprovechamiento, no es posible -por lo menos en el corto plazo- desarrollar turismo como por ejemplo, las dos grandes reservas naturales que están en la región del Amazonas.

Otras áreas pertenecientes al Sistema de Parques Nacionales no las podemos involucrar en este momento porque no están suficientemente investigados y su acceso es muy difícil. Falta todavía consolidar los aspectos científicos y logísticos, pero por su riqueza pueden ser considerados como potenciales y de excelente vocación para el ecoturismo en un mediano o largo plazo. Este puede ser el caso del Parque Nacional de Chiriquete, que posee evidencias de pintura rupestre y unos enclaves de refugio del pleistoceno que serían una oferta especialísima para un tipo de turismo muy especial.

También tenemos que anotar que el ecoturismo en Colombia está ganando cada día más adeptos dentro de la población joven y estudiantil que quiere conocer su país y los grandes recursos que posee. En virtud de ello, el Estado está pensando estimular el turismo interno.

El turismo en la Amazonía colombiana tuvo su época dorada entre los años 1970 y 1974. Sin embargo, a raíz de la evidencia del tráfico ilegal de fauna, maderas y otro tipo de actividades "non sanctas", se produjo una gran decadencia que incluyó, por supuesto, al turismo. Hemos retomado el trabajo en la orientación señalada y estamos en pleno proceso de ajuste de algunos productos turísticos que realmente respondan al ecoturismo que nosotros queremos, en una concertación estrecha con los diferentes actores institucionales y locales involucrados.

Las limitaciones y problemas son realmente muy parecidos a los de los otros países amazónicos. El más importante quizás es el difícil acceso a las áreas de mayor atractivo ecoturístico. Estamos pensando definir como centro de distribución a Leticia, una población de un poco más de 20,000 habitantes, cuyo acceso por vía aérea es relativamente fácil, aunque muy costoso, sobre todo para el turismo interno. De todas maneras es un escenario que estamos estudiando para el desarrollo de un plan piloto que tenga como eje el Parque Nacional de Amacayacu.

El desarrollo, gestión y operación del proyecto que estamos realizando conjuntamente con el Ministerio del Medio Ambiente se realizará a través de las comunidades indígenas que voluntariamente se han querido involucrar en el proyecto, cuyo objetivo es precisamente el desarrollo de las comunidades dentro del Parque Nacional Amacayacu.

Otra región de Colombia que pertenece a la Amazonía legal es el departamento del Cauca, donde los mismos indígenas, pertenecientes a 26 etnias diferentes, quieren hacer ecoturismo; la motivación partió de ellos. Estamos haciendo primero una labor de educación en lo que es el ecoturismo, sus aspectos positivos, así como los impactos socio-culturales que ellos mejor que nadie podrán evaluar.

El ecoturismo en la Amazonía colombiana realmente está comenzando y las empresas de las cuales podríamos hablar son empresas muy pequeñas; se han hecho grandes esfuerzos, cuyos éxitos no se pueden medir desde el punto de vista económico, en cantidades de grupos, sino en relación a la satisfacción mostrada por los turistas o viajeros que han elegido ese tipo de actividad que responde a lo que nosotros queremos: un ecoturismo de interpretación con actividades bien proyectadas.

En los proyectos de capacitación que nosotros queremos desarrollar, estamos apuntando hacia los diferentes protagonistas del ecoturismo, incluyendo también la educación del ecoturista, los empresarios y los custodios de los diferentes escenarios, ya sea particulares o miembros del Estado, cuya función es proteger, gestionar y administrar estas áreas.

II.4 ECUADOR: DOS EXPERIENCIAS

En el caso del Ecuador, a diferencia de los otros países, se presentaron dos ejemplos de iniciativas en el campo del ecoturismo: una a nivel universitario y otra de las comunidades indígenas.

II.4.1 EL ECOTURISMO EN LA UNIVERSIDAD ECUATORIANA

Fausto Núñez Verdesoto

Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas. Universidad Tecnológica Equinoccial.

La universidad ecuatoriana está asumiendo cada vez mayor importancia en la formación, capacitación y perfeccionamiento de las personas interesadas en el ecoturismo.

La Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE), que hace más de veinte años viene formando profesionales en turismo y hotelería, ha creado un programa de postgrado con especialización en Ecoturismo y Manejo de Recursos Naturales.

Este programa se basó en una investigación sobre la importancia del turismo en la economía del país y la dimensión del aparato productivo dedicado al turismo y su impacto en el empleo, en la que se analizó detenidamente el ecoturismo como un segmento que emerge con fuerza en el mercado mundial. Este proyecto está diseñado para captar la

demanda insatisfecha, a nivel nacional y regional, del segmento de servicios especializados en la actividad turística de mayor expansión y de amplias perspectivas en el país.

Se ha propuesto incorporar nuevas temáticas y enfoques académicos acordes con los requerimientos actuales del medio profesional en el marco de las estrategias nacionales de conservación de los recursos naturales y de desarrollo de actividades sustentables como son el turismo y la recreación que aportan importantes beneficios como productoras de servicios.

La promoción del postgrado surge obviamente como una consecuencia del proceso de desarrollo del ecoturismo. Este programa ha sido diseñado para optimizar las experiencias que han permitido que el Ecuador se identifique internacionalmente como destino ecoturístico o de turismo de la naturaleza. Se persigue que la universidad lidere la proyección del conocimiento especializado en los ámbitos nacional y regional.

El postgrado está dirigido principalmente a los graduados universitarios de escuelas de turismo, biología, economía o administración de empresas y egresados de otras disciplinas afines por su carácter multidisciplinario y humanista.

Se utilizarán módulos de aprendizaje teórico-prácticos que proporcionen conocimientos específicos en las áreas de estudio fundamentales para lo cual se contará con el concurso de profesionales de alto nivel de formación. Para satisfacer los requerimientos de la demanda en el medio académico nacional, se ha considerado necesario configurar un programa de cursos académicos con opciones a dos niveles: el postgrado formal a nivel de maestría y los cursos de actualización y perfeccionamiento.

La formación será de alta calidad, garantizada por las capacidades y destrezas desarrolladas que permitirá a los graduados desenvolverse con idoneidad en el medio profesional de ecoturismo, así como asumir el liderazgo en proyectos de desarrollo sustentable. Como especialista de nivel superior será, así mismo, elemento clave para la integración de grupos interdisciplinarios en procesos de planificación, manejo de áreas naturales y elaboración de proyectos turísticos en ambientes especiales.

La calificación de Técnico Especialista en Ecoturismo confiere los conocimientos necesarios para el desempeño en posiciones de responsabilidad, tanto en el campo empresarial como en el sector público. Los conocimientos adquiridos proporcionarán, así mismo, solvencia profesional para el análisis de las situaciones críticas relacionadas con evaluaciones ambientales e impactos de la infraestructura y equipamientos turísticos, en la perspectiva de impulsar el ecoturismo como una actividad a largo plazo.

En este sentido, la maestría en ecoturismo proporcionará la capacitación necesaria para contribuir al desarrollo del sector, aportando nuevos enfoques teórico prácticos respecto de las interrelaciones que genera el fenómeno del turismo con el medio natural y sus incidencias en el patrimonio cultural.

En todo este escenario se considera indispensable mantener relaciones con programas homólogos, así como propiciar el intercambio académico y experimental con organismos relacionados con el tema tanto en el país como en el exterior.

La universidad proyecta posicionar este programa con alcance nacional en su primera fase, ampliando su cobertura hacia la región andina y amazónica en una segunda fase.

Como apoyo y sustento del programa de postgrado, estamos trabajando en un proyecto de Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos y Ambientales que tendrá su sede en la Universidad en Quito.

II.4.2 UNA ALTERNATIVA DE MANEJO DEL ECOTURISMO POR LOS PUEBLOS INDIGENAS

Tarquino Tapuy

Coordinador del Programa de Ecoturismo de Capirona y Ricancie -FOIN

En la región amazónica ecuatoriana habitamos, desde hace miles de años, múltiples pueblos indígenas que después del proceso de la conquista española estamos agrupados en nueve nacionalidades: quichuas, shuaras, achuaras, shiwiars, huaoranis, záparos, cofanes, sionas y secoyas.

La Amazonía ecuatoriana ha sido siempre considerada como un espacio vacío, propicio para implementar políticas destinadas a resolver los problemas sociales y económicos del resto del país, ya sea como un polo de atracción migracional o como una colonia interna para extraer los recursos naturales, desde una perspectiva netamente extractivista.

Esta forma de inserción de la región en la economía nacional ha dado como resultado una economía local dependiente de condiciones externas, basada en un manejo irracional de los recursos naturales, que ha generado un paulatino deterioro de la calidad de vida de las poblaciones locales, especialmente indígenas.

En los últimos años la Amazonía ha sido revalorizada a nivel mundial debido a la riqueza de su biodiversidad, única en el mundo y fundamentalmente por la riqueza cultural de los pueblos indígenas que la habitamos, generándose un creciente interés por conocerla.

Esta situación ha incentivado el desarrollo de la actividad turística en la región impulsada por operadores extranjeros y nacionales, sin que sus beneficios se reinviertan a nivel local, sino que más bien, en el caso de los indígenas, se nos use como un "atractivo turístico" más.

Como consecuencia de ello se han generado muchos problemas en las comunidades indígenas. Muchas familias decidieron trabajar fuera a cambio de remuneraciones muy bajas; se empezaron a debilitar las formas organizativas tradicionales, como el trabajo comunitario en mingas y los jóvenes empezaron a incorporar patrones de comportamiento extraños a nuestra forma de vida.

1.El Ecoturismo: Una Alternativa Económica para las Comunidades Indígenas

Frente a la continua incursión de las empresas petroleras, turísticas y madereras en los territorios de las comunidades, empezamos a organizarnos con el apoyo de la Federación

de Organizaciones Indígenas del Napo (FOIN), para buscar soluciones a nuestros problemas.

Uno de nuestros objetivos era la búsqueda de alternativas económicas para nuestras familias, pero sin que ello implique la destrucción de nuestro hábitat. Es así como en 1989 en la Comunidad de Capirona, luego del fracasado intento de producir maíz para el mercado, vislumbramos el involucramiento directo de la comunidad en la actividad turística como una de las alternativas que posibilitarían la obtención de ingresos económicos, conservando la naturaleza.

En cinco años esta experiencia se ha ido consolidando al tiempo de superar limitaciones y problemas de diversa índole, hasta el punto que hemos conseguido el reconocimiento internacional como un modelo adecuado de vinculación del interés turístico, la protección de los recursos naturales y las necesidades de desarrollo de los pueblos indígenas.

La experiencia de Capirona despertó el interés de otras comunidades de la zona por iniciar actividades en el manejo turístico. Y es así como, desde hace dos años, la FOIN está apoyando a las comunidades en la conformación de la Red Indígena de Comunidades del Alto Napo para la Convivencia Intercultural y el Ecoturismo (RICANCIE), como parte de una propuesta integral de desarrollo autogestionario y sustentable para sus bases.

Con este objetivo y con el apoyo de algunas ONGs interesadas en el tema, se inició un proceso de reflexión y capacitación a nivel organizativo y técnico en las comunidades para el manejo de la actividad turística desde una perspectiva responsable generándose, al mismo tiempo, una propuesta alternativa de gestión y administración del programa, acorde con las condiciones socio-culturales de las comunidades.

Frente a las necesidades de legalización de la propuesta, RICANCIE se institucionalizó, bajo el amparo de los estatutos de la FOIN, en mayo de 1994. Su reglamento interno fue discutido por las bases y los dirigentes durante varios talleres y asambleas.

Actualmente, forman parte de la red 20 comunidades ubicadas en una superficie aproximada de 900 Km². En base al esfuerzo propio, 10 comunidades cuentan ya con infraestructura turística, consistente en cabañas de hospedaje, servicios, senderos y miradores ecológicos en la selva, construidos con diseños, materiales y técnicas tradicionales. Hemos capacitado 32 guías turísticos comunitarios, se han elaborado paquetes turísticos en los que se contemplan recorridos por la selva y sus ríos, la práctica de deportes tradicionales, el conocimiento de nuestra tradición oral, y la oportunidad de compartir las actividades cotidianas de las comunidades en una perspectiva de convivencia en intercambio cultural. Para controlar los posibles impactos socio-culturales que esta actividad pueda traer para las comunidades, se ha elaborado un conjunto de reglas que deben ser respetadas por los turistas, los guías y la gente de las comunidades.

2. Los Principales Logros

La constitución de la Red está permitiendo racionalizar y controlar el flujo turístico hacia las comunidades, especialmente durante las temporadas altas. La Red, con una capacidad receptiva actual de 250 turistas, recibió en el período de mayo a diciembre de 1994, 450 visitantes. Este flujo turístico no obedece a una estrategia consolidada de

promoción, sino que proviene de una promoción selectiva y restringida a nivel de amigos del programa en universidades internacionales, ONGs de desarrollo e investigación que han estado cerca de nuestro trabajo y de agencias de viajes que han empezado a trabajar con nosotros. Los turistas provienen principalmente de Estados Unidos y Europa, por lo general son estudiantes, investigadores y amigos de la naturaleza.

Esta estrategia de ir poco a poco abriendo el programa, nos ha permitido respetar el proceso de las comunidades, optimizar las experiencias, e ir dando soluciones a los problemas que se van suscitando. Una vez consolidado el programa, estaremos en capacidad de absolver la demanda existente y al mismo tiempo, controlar los impactos que esta actividad pueda generar.

Por otra parte, la Red permite redistribuir los beneficios de la actividad turística entre las comunidades. En base a un proceso de capacitación, se ha podido determinar tarifas, estableciendo los costos de implementación y administración del programa, del mantenimiento y reposición de infraestructura, así como el margen de beneficios para las comunidades.

La meta del programa es poder autofinanciar la estructura administrativa y de servicios. Otro objetivo es la reinversión de los beneficios a nivel comunitario en otras actividades económicas afines con el mantenimiento de los recursos naturales, como son: artesanías, proyectos de cría de animales menores, acuicultura, agroforestería, entre otros. También se busca la solución de problemas sociales, así por ejemplo, Capiróna ha podido conseguir dos motores fuera de borda, que sirven tanto para el transporte de los turistas como para el apoyo a la comercialización de los productos, solucionando así emergencias en la comunidad. En esta misma línea, se ha reparado la escuela, adquirido un generador eléctrico, equipado una cocina y se ha ayudado a las familias con problemas de salud.

Dentro del programa se ha priorizado la recuperación y revalorización de los conocimientos y valores culturales, pero no para mostrarlos o venderlos a los turistas como una mercancía, sino como un elemento fundamental del fortalecimiento de nuestra identidad cultural que cobra mayor sentido al momento que estamos planteando la convivencia intercultural como parte de nuestra actividad. En este campo uno de los mayores logros es la recuperación del rol fundamental de los ancianos como transmisores de nuestra cultura.

En el aspecto ecológico, el ecoturismo se presenta como una alternativa válida de valoración de la selva en pie, en un contexto en el que existe una sustancial falta de propuestas en este sentido. Por el momento pensamos que esta actividad, a pesar de los límites que tiene por su sensibilidad frente a cualquier estímulo externo o interno, como pueden ser las epidemias, las guerras, el narcotráfico, huelgas, etc., se presenta como un eje motivador para encontrar otras alternativas sustentables.

3. Los Principales Problemas

A pesar de los logros que en este proceso se han obtenido, existen limitaciones de diversa naturaleza, entre ellas están la falta de recursos económicos para la inversión en infraestructura turística, especialmente en lo relacionado con el equipamiento, apertura y señalización de senderos y adecuación de caminos de acceso, entre otros.

Tenemos, así mismo, problemas para la capacitación organizativa y técnica de las comunidades. A pesar de los esfuerzos realizados en este campo, tenemos todavía importantes necesidades para lograr un proceso más consistente y sistemático, así como una mayor cobertura en el aspecto técnico. Aspiramos a capacitarnos para entregar un servicio más eficiente. Necesitamos, finalmente, contar con información científica para la determinación de la capacidad de carga en las comunidades, que permita establecer los indicadores de monitoreo de los impactos ecológicos, culturales, políticos, etc. Esta información debe ser manejada por la comunidad, que es la que debe establecer los mecanismos de control y prevención de los impactos.

Uno de los problemas fundamentales que hemos encontrado para el manejo del turismo por parte de las comunidades indígenas es el marco legal que norma esta actividad. Si bien teóricamente la ley de turismo ecuatoriana actualmente vigente no niega la posibilidad de que realicemos esta actividad, tampoco ofrece las garantías necesarias para el desarrollo del ecoturismo manejado comunitariamente. Uno de los primeros obstáculos es que se exige que nos constituamos en compañías a nivel individual y en sociedades de capitales de libre negociación. Esta exigencia contradice nuestra organización comunitaria tradicional, priorizando el lucro individual y dejándonos sin capacidad de control, puesto que puede darse el caso que en una misma comunidad surjan múltiples compañías que entren en competencia interna, lo cual generaría conflictos sociales y culturales que irían en desmedro de nuestro proceso organizativo.

Este problema no se limita exclusivamente a RICANCIE, sino a todas las comunidades indígenas y poblaciones locales que ya han iniciado trabajos o están interesadas en incursionar en el campo del manejo del ecoturismo. Consideramos que actualmente existen mil familias indígenas amazónicas (7 mil personas) que se encuentran incursionando o beneficiándose de esta actividad.

Frente a esta realidad, la lucha por un marco legal claro y perfectamente definido para el desarrollo de proyectos de ecoturismo manejados por comunidades indígenas, que respeten nuestras condiciones socioculturales, es una prioridad. Con este objetivo todas las organizaciones de la Amazonía, miembros de la Confederación de Nacionalidades de la Amazonía Ecuatoriana (CONFENIAE), nos hemos planteado una estrategia conjunta de negociación frente al Estado. El Ministerio de Turismo ha elaborado un proyecto de nueva ley de turismo en el que se siguen manteniendo las limitaciones mencionadas y, en algunos aspectos, se complica aún más el problema.

Sin embargo, los derechos constitucionales de la Carta Política de la República en el artículo 46, definen el sector comunitario de autogestión como uno de los sectores básicos de la economía ecuatoriana y plantean la desmonopolización y democratización de la economía. De acuerdo con estos postulados, consideramos que debe hacerse viable la incorporación efectiva de nuestras comunidades en actividades económicas como el ecoturismo, no desde un planteamiento paternalista o preferencial, sino desde una posición positiva y responsable en la que asumimos plenamente nuestras responsabilidades y exigimos, a la vez, se respeten nuestros derechos, reconociendo la especificidad sociocultural de los pueblos indígenas.

Nuestra propuesta pretende que las comunidades indígenas, manejando el ecoturismo como empresas comunitarias y autogestionarias, contribuyan a la solución de sus

problemas económicos y sociales, posibilitando así el mejoramiento de la calidad de vida de la población.

El programa de ecoturismo, desde la perspectiva planteada, a nivel interno genera nuevas fuentes de trabajo, garantiza la conservación de los recursos y la reinversión de los beneficios a nivel local; a nivel externo, genera recursos económicos para el Estado a través de los impuestos y las divisas que los turistas invierten en el país, beneficiando directamente a la economía regional y nacional.

En conclusión, las organizaciones indígenas planteamos al Gobierno y al Parlamento ecuatorianos que en la nueva ley de turismo se incorporen las siguientes demandas:

- 1) Reconocimiento del sector comunitario y de autogestión como agente y beneficiario de la economía turística.
- 2) Autorización y reglamentación del manejo de la actividad ecoturística por las empresas comunitarias y autogestionarias sujetas a calificación, control y otras obligaciones que se prevean en un reglamento especial que norme y regule nuestra actividad.
- 3) Incorporación en el directorio de CETUR o su similar, de un representante de las empresas turísticas comunitarias o de autogestión.

II.5 GUYANA: LA CRECIENTE IMPORTANCIA DEL ECOTURISMO

Donald Sinclair

Presidente del Comité Asesor de Turismo. Ministerio de Comercio y Turismo.

Guyana es un país que pertenece tanto a la zona del Caribe como a la de América del Sur. A pesar de que geográficamente se encuentra en la región noreste de Sudamérica, históricamente las relaciones más estrechas han sido con los antiguos territorios británicos de las islas del Caribe de la zona del norte.

En los últimos años Guyana está profundizando cada vez más las relaciones con sus vecinos del sur, especialmente con Suriname, Brasil y Venezuela, en la búsqueda de concretar su carácter continental. En este mismo sentido, está desempeñando un papel sumamente activo en el Tratado de Cooperación Amazónica. La unidad de estudios turísticos de la Universidad de Guyana ha tomado diversas medidas para reforzar los vínculos con la Universidad de Oriente en Venezuela, y desea hacer lo mismo con sus contrapartes de la Universidad de Suriname. Nuestra presencia en esta oportunidad es una expresión del compromiso de Guyana en la consolidación de los vínculos turísticos con los otros países de la zona amazónica.

Durante muchos años en Guyana se pensó que el turismo era algo que perteneció por naturaleza a sus vecinos de las islas del Caribe, que contaban con limpias aguas azules y hermosas arenas blancas y que las exuberantes selvas de Guyana estaban destinadas más a la extracción de madera que a la atracción de turistas. Ahora, gracias al creciente mercado del ecoturismo los bosques tropicales de Guyana, sus innumerables cataratas, su flora y fauna, están siendo considerados como legítimos atractivos turísticos.

A pesar de que somos conscientes que muchos territorios de la Amazonía poseen en proporciones aun mayores los mejores recursos para el ecoturismo, Guyana se niega a verse en competencia y quiere verse trabajando en armonía con los otros Estados miembros del Tratado de Cooperación Amazónica, con el fin de defender, por medio del ecoturismo, su territorio y la parte que le corresponde del patrimonio de la humanidad.

El ecoturismo en Guyana ha pasado por diversas etapas de formación. En la actualidad, la política gubernamental en el campo del turismo se orienta principalmente al desarrollo y promoción del ecoturismo, puesto que contamos con importantes y atractivos recursos para su desarrollo, tales como especies de peces, aves o crustáceos únicos en su naturaleza. En la costa noroeste tenemos, por ejemplo, Shell Beach donde se encuentran cuatro especies de tortugas marinas, una de las cuales es la Olive Ridgley, que es una especie que se encuentra prácticamente en extinción, y la Giant Leatherback, que es la tortuga más grande del mundo.

Actualmente se acaba de ganar una importante batalla con miras a defender las especies en extinción al haberse declarado el área de Shell Beach como no afecta por las actividades mineras cuando una compañía planeaba hacer excavaciones en las playas de la zona lo que habría desatado una terrible destrucción de los lugares donde anidan estas raras especies de tortugas.

Otra de las especies que se encuentran en peligro de extinción es el águila Harpy Eagle, la más grande del mundo; el tucán "toco", famoso por tener las alas más grandes que su cuerpo; y el tucán Redbilled cuyos gritos anuncian la cercanía de las lluvias.

Debido a que el ecoturismo se encuentra en sus etapas iniciales tenemos todavía bastantes limitaciones en lo que se refiere a experiencia técnica y desarrollo de infraestructura. En cuanto a los guías turísticos Guyana es consciente de su importancia vital para la empresa del ecoturismo y que requieren más capacitación integral.

Los servicios de transporte externos son todavía limitados y aún no es fácil tener un buen acceso. La relativa falta de acceso a muchos de los recursos ecoturísticos de Guyana ha sido una suerte de control natural para la llegada de numerosos viajeros. Sin embargo cada vez hay una mayor disponibilidad de transporte aéreo que si pudiera operarse adecuadamente podría ser un gran incentivo para la industria del ecoturismo.

Existe igualmente una creciente comprensión de que los recursos forestales de Guyana poseen un tremendo potencial para el desarrollo del ecoturismo. El programa comunitario de bosques conocido como IWOKRAMA, ubicado en un área de bosques vírgenes que cubre más de un millón de hectáreas es un excelente parque forestal y un laboratorio donde se puede mostrar el uso sostenible de los bosques.

También tenemos el Yarowkabra Nature Trail que cubre 10 acres de bosques y nutre a más de 67 especies diferentes de árboles con maderas de diversos usos así como posibilidades de observación de aves.

El año de 1996 ha sido designado como "el año de la visita de Guyana". Los visitantes principalmente guyaneses residentes en el extranjero están esperando pasar un tiempo en el país el próximo año. Además de los guyaneses que visitarán amigos y parientes

también se observa un notable crecimiento del flujo de turistas extranjeros deseosos de ver este nuevo mundo del ecoturismo.

El tema de las áreas protegidas y el ecoturismo será el tema más importante del Taller Internacional que se celebrará en Guyana en febrero de 1996, con los auspicios de la Unión Europea.

La Organización de los Estados Americanos está brindando apoyo a Guyana para el desarrollo del Parque Nacional de Kaieteur, un área que cubre 25 mil acres alrededor de las majestuosas cataratas de Kaieteur, que cuentan con una biodiversidad única y delicada.

Los mercados, tanto en Norteamérica como en Sudamérica, han tenido una oferta creciente. Se espera contar para el próximo año con la visita de estudiantes de las universidades de Venezuela y Suriname, con visitas recíprocas de los estudiantes de las universidades de Guyana. Este podría ser el inicio de un programa en el que los residentes de los territorios del Amazonas puedan gozar de vacaciones más en el sur que en el norte.

El gobierno de Guyana ha aceptado las posiciones presentadas por las comunidades indígenas, organizaciones e instituciones que sostienen que el desarrollo del ecoturismo no debe hacerse a costa del pueblo indígena, renunciando a sus territorios, a la integridad de sus estilos de vida y a sus culturas tradicionales, sino que las comunidades indígenas deberán estar involucradas a todo nivel en la actividad del ecoturismo, desde su planeamiento hasta su ejecución, en todas las empresas de ecoturismo que tengan impacto sobre las comunidades indígenas.

Como conclusión puede decirse que Guyana apunta hacia el fortalecimiento de los acuerdos para el desarrollo del ecoturismo en la región amazónica. Entiende, igualmente que los beneficios de una mayor rentabilidad, de conservación de la naturaleza y oportunidades educacionales, relacionadas con el ecoturismo en los territorios amazónicos, deberán estar al servicio del bienestar de todo el hemisferio y de la humanidad en su conjunto.

II.6 PERU: ACTUALIDAD Y PERSPECTIVAS DEL TURISMO DE LA NATURALEZA

Percy Roberto Tapia

Director de la Asociación Peruana de Turismo de Aventura. APTEAE

1) Antecedentes.

Una reflexión inicial: el ecoturismo es todavía un tema controversial y el Tratado de Cooperación Amazónica no debería entrar en definiciones ni apreciaciones al respecto, sino más bien referirse al turismo hacia la Amazonía. En consecuencia, no voy a usar la palabra ecoturismo sino turismo hacia la naturaleza.

Los programas e itinerarios turísticos desarrollados hacia la selva peruana no han variado en los últimos treinta años. El famoso programa de tres días dos noches en Iquitos es

exactamente el mismo de hace veinticinco años y se exhibe en un folleto diseñado para gente que quiere conocer la selva por curiosidad. No hay prácticamente ningún tipo de incidencia en la naturaleza ni en un conocimiento más profundo de la interacción entre fauna, flora y comunidades nativas.

Sin embargo, hace unos quince años empezó un proyecto, muy curioso para esa época, en la zona de Tambopata, que hoy se conoce como la reserva de Tambopata-Candamo. Unos descendientes de alemanes fundaron un albergue que se llamó mucho tiempo el Explorer Inn, con la idea de hacer una especie de granja y un lugar para descansar con la familia. Allí llegaron los que son considerados ahora en los Estados Unidos como los mejores y más grandes ornitólogos del mundo. Trabajaron allí más de cinco años levantando información sobre aves, el Sr. John O'Neil, quizás el más grande de los ornitólogos; el Sr. Ted Parker y muchos otros. Algunos de ellos están actualmente vinculados a las cuatro compañías de ornitólogos de turismo "birdwatchers" más importantes del mundo.

Ellos desarrollaron esa información pero no con fines turísticos, sino con fines científicos y crearon el primer laboratorio que se conoce en el Perú, que trabajó con un albergue turístico. Hay cuatro o cinco volúmenes sobre el estudio de aves que se realizó allí, y en base a ese estudio se editó el libro de aves más conocido en Sudamérica sobre Perú y Colombia.

Posteriormente, con la llegada de turismo al Perú, se pensó en atraer al turista que sentía curiosidad por conocer la Selva, para introducirlo un poco en el conocimiento de la Amazonía. Que no sólo viera la selva y un pájaro volar, sino que aprendiera o diferenciara un guacamayo de un loro, los veinte tipos de primates que habían en la zona, cómo funciona la interacción de los elementos de la naturaleza y qué significan los conocimientos de territorialidad con que se mueven los animales, entre otras cosas. De este modo los paquetes de "tres días, dos noches" se convirtieron en una semana de estadía.

Luego de esa experiencia nacieron una serie de ideas como, por ejemplo, producir los "check lists" famosos, listados de aves que viene o ser el primer entretenimiento de un observador de aves o "bird watcher", que no va solamente a verlos, sino a marcar en ese "check list" cuándo la vio y en qué lugar: una especie de hobby con el que recorren el mundo. Creo que solamente en Estados Unidos hay dos millones de bird watchers, y todos estas compañías profesionales están dirigidas por estos ornitólogos que trabajaron en diferentes países de Sudamérica.

Ese fue el primer proyecto que, a mi juicio, se acerca más a este concepto que ahora se llama ecoturismo, turismo hacia la naturaleza o turismo ecológico. Lo singular es que fue en el Perú donde comenzó a hacerse la promoción del conocimiento de la naturaleza.

2.Situación Actual y Perspectivas.

En la actualidad en el Perú hay 47 albergues, la gran mayoría en zonas cercanas a Iquitos. Cuatro en la zona de Tambopata-Candamo y en una zona ubicada entre Tambopata-Candamo y el Manu; tres muy pequeños con laboratorios en el Manu y los demás localizados en diferentes lugares de la Selva.

Sólo siete u ocho de esos albergues proporcionan información sobre la naturaleza, es decir sobre el estado de las aves, botánica y otros aspectos técnicos que podrían servirle a un tipo de turista más especializado como es el que viene actualmente. Sólo tres de ellos manejan programas educativos. Hace cuatro o cinco años, cuando este proceso empezó, el turismo dejó de ser para nosotros esa operación fácil y sencilla de traslado de turistas de un lugar a otro.

Los cursos como los que llamamos "cursos de biología de campo" han creado un mercado nuevo. Tenemos un ejemplo en el "Explorama Lodge" y el "Yacumama Lodge" en el norte, que traen charters desde Estados Unidos con estudiantes del último grado de high school o de universidad, para hacer un programa de una semana. La palabra turismo no aparece en ningún momento en esos documentos ni en el itinerario, pero es un turismo especializado. Esos dos albergues viven de esos cursos de biología y de la información que producen estos laboratorios.

En el momento actual, el albergue de la Cuenca Amazónica que no cuenta con un centro de investigación al lado y que no produce información científica, no es bien visto en el mercado internacional de este segmento del turismo especializado. En otras palabras, el turismo verde actual, que no lleva un aval de una ONG de prestigio como International Conservancy o de gente que trabaja allí, no tiene la capacidad de competir con los otros que sí pueden avalar su producto con especialistas de primera, que les pueden asegurar que allí se están haciendo proyectos de investigación, no sólo en flora y fauna, sino también en la relación con las comunidades nativas.

El Centro de Interpretación es algo que todavía no cuaja en el empresario del turismo común o convencional. Todavía le es difícil aceptar que su albergue necesita ese Centro de Interpretación, donde el turista que llega puede saber qué es lo que va a encontrar en el entorno.

Los programas que se ofertan en promedio son de dos noches y no más de tres, con excepción de esos albergues que han desarrollado un turismo muy especializado, con senderos especializados, como en la zona del Manu, donde por un sendero se va a ver solo primates, por otro mariposas y por otro aves. Y si quieren ver mamíferos de regular tamaño, simplemente van a las Cochabambas Otorongo, donde se puede ver el Zangayo o el Ocelote.

Naturaleza viva y vertebrados hay en cantidades, lo que pasa es que no están al acceso de todos. No todos los turistas están dispuestos o soportar esos viajes lejanos o incómodos y dormir en la selva. Lo curioso es que a estos albergues casi no van peruanos, yo diría que casi no van sudamericanos; el 90% son norteamericanos y están diseñados para el tipo de servicio que ellos desean, aunque falta el agua caliente, que es lo que más se está exigiendo.

Todos los albergues han creado su propia agencia de comercialización en Lima. Son pocas las agencias que venden ese producto sin tener su propio albergue y muy pocas agencias conocen los conceptos de conservación, medio ambiente, ecoturismo o impacto ambiental, pero los utilizan, y allí viene el peligro. Es importante que los empresarios sepamos cuáles son nuestras limitaciones y seamos conscientes de que tenemos que cambiar muchas cosas. Se sigue utilizando mal los términos, mientras que el turista actual que hay en el mundo no es el mismo que hubo en los años pasados. Ahora hay algo

distinto y fundamental: el turista que va a las agencias de Estados Unidos sabe lo que quiere. Quiere participar y no ser mero observador de ese guía robotizado que le señala a izquierda y derecha.

El problema es que el turista ha cambiado más rápido que el agente de viajes o que el hotelero y entonces encontramos un gran desbalance en el medio y eso puede hacer peligrar la operación. Tenemos que modificar rápidamente esos conceptos y estar al nivel de ese turista exigente que sabe lo que quiere y no tiene problema por el precio porque lo que pide es algo singular.

Falta información científica. Sin embargo, no conozco un país que haya producido tanta información sobre flora y fauna como el Perú, pero toda esa información está en la base de datos de la Universidad Agraria y en las ONGs, la manejan los especialistas que ven al turismo como un enemigo y, en consecuencia, no le dan información.

Nosotros estamos buscando un acercamiento con quienes critican al turismo por depredador de la naturaleza y que manejan información, para que la compartan y digan cómo hacerlo y le enseñen al empresario los conceptos y cómo manejarlos. Hay información, lo que falta es ese acercamiento entre ONGs, gobierno y empresas y compartir esa información que no tiene por qué quedarse a nivel científico.

Esto nos lleva también a la necesidad de cambiar la estructura curricular de los guías; si están estudiando para un turismo que desapareció no tiene sentido.

Las facilidades que está otorgando ahora el gobierno para desarrollar el ecoturismo son asombrosas. Antes empujábamos nosotros al gobierno, ahora nos encontramos con que hay oportunidades para conseguir una reserva ecoturística en la Selva, para tener por veinte años un lugar para hacer turismo hacia la naturaleza. Es más, el gobierno está pensando en hacer concesiones hacia entidades privadas para desarrollar el turismo, sin perder obviamente el control de lo que se debe o no se debe hacer.

Necesitamos capacitar y actualizar a los profesionales y guías, crear nuevos profesionales para ese nuevo tipo de turista de hoy; ahora se necesita información científica que pueda ser entendida por los turistas. Los empresarios y todo el que hace un albergue en la Selva, necesita conocimientos y, por lo menos, manejo de los conceptos básicos. No puede ser que el que maneja un albergue no entienda la mínima diferencia entre un guacamayo y un loro. El empresario tiene que conocer, tiene que involucrarse, sino definitivamente va a fracasar.

De otro lado, tiene que haber un cambio total en todos los itinerarios que se venden actualmente. Ya no se trata de hacer paseos en bote por la selva peruana de día. La mitad de los tours de estos lodges especializados son de noche. Ir a una laguna en la selva de noche y no usar motor, en una especie de catamarán puesto que el viento lo lleva despacio, y que todos puedan observar a las aves. Indicarles el uso de la vestimenta que deben llevar, porque los colores claros ahuyentan a los mosquitos. Y, así una serie de conocimientos y conceptos que permitirán acceder a ese turista nuevo y especializado. Una semana en el Manu cuesta 1,000 dólares y hay gente que paga muchísimo más por que lo acerquen a otros lugares más alejados. Finalmente, la información científica tiene que ser utilizable y variada para adecuarla al uso y entendimiento de la gente.

Las ventajas que vemos, como peruanos, en manejar un turismo hacia la naturaleza profesional se deriva de que en el mundo no hay más de 12 países que posean lo que se conoce como megadiversidad, es decir, una variedad de pisos ecológicos. Hay científicos de renombre mundial que se dedican a su estudio e investigación. Por lo tanto, entrar a competir en turismo convencional, donde hay 160 países que ofertan diferentes cosas es absurdo, teniendo una selva como la que compartimos.

Como conclusión diría que si las condiciones sociales y políticas del Perú se mantienen, entonces vamos a poder ver realizado todo este crecimiento sostenido del turismo especializado que queremos. Después de muchos años el acercamiento entre el sector privado y el sector público es realmente palpable por todos nosotros y hay una idea que tenemos en conjunto y es que el camino está limpio y por primera vez sabemos donde queremos ir.

II.7 VENEZUELA: LOS COMIENZOS DEL ECOTURISMO

Koldovika Ruiz de Aguirre Torca
Director de Inversiones Turísticas de la Corporación de Turismo de Venezuela

1. Presentación

Hasta hace pocos años Venezuela no era un país turístico, sino más bien un país eminentemente emisor de turistas. En 1982 la balanza de pagos en el renglón viajero tenía un saldo negativo de 2,500 millones de dólares; los venezolanos gastaban en el exterior alrededor de 2,000 millones de dólares y solamente por concepto de tarjetas de crédito alrededor de 700 millones de dólares.

Venezuela se integra a la actividad turística en los años 80. A raíz de la crisis económica y la devaluación del Bolívar, en los años 82/ 83, el gobierno venezolano comienza a considerar al sector turismo como válido para el desarrollo económico, generación de divisas y de empleos. Y es a partir de entonces cuando comenzamos a recibir un flujo relativamente importante de visitantes.

Desde el punto de vista de su potencial turístico, Venezuela tiene cuatro grandes conjuntos geográficos: una costa de alrededor de unos 3,700 Kms; la región montañosa que abarca principalmente la Cordillera de los Andes; un gran espacio central de alrededor de unos 300,000 Kms. que es la región de los Llanos; y el sur de Venezuela que comprende la zona selvática y las penillanuras que ocupan alrededor del 45% del territorio nacional y que pertenecen fundamentalmente a las cuencas del Orinoco y del Amazonas.

El turismo se ha desarrollado fundamentalmente a lo largo de la costa, concentrándose principalmente en la región nororiental del país. La Isla Margarita es en este momento el principal centro de turismo masivo, lo mismo el eje Puerto La Cruz-Cumaná y, en menor medida, la región del litoral del Estado Falcón. Las inversiones se han concentrado principalmente en esta zona especialmente la oferta hotelera, que en estos momentos comprende alrededor de unos 500 establecimientos clasificados y categorizados por la Corporación y alrededor de unas 30,000 habitaciones hoteleras de distintas categorías.

2.El Ecoturismo y la Amazonía Venezolana.

En función de la importancia que está adquiriendo en el mercado internacional el turismo de la naturaleza o ecoturismo, se han venido desarrollando otros tipos de establecimientos y de actividades. Una de las ofertas más importantes en estos momentos es nuestro Sistema Nacional de Areas Protegidas, que nosotros denominamos ABRAE, donde destacan de manera particular los Parques Nacionales y los monumentos naturales que ocupan alrededor del 16% del territorio nacional. Si a esto le sumamos otras Areas Protegidas como Reservas Hidraulicas o Reservas Forestales, tenemos el 40% del territorio nacional ocupado por las ABRAE, un volumen bien importante para un país que tiene un millón de Kms².

Entre los parques más importantes que reciben el mayor volumen de visitantes, en estos momentos se encuentra el Parque Nacional Canaima, de 3 millones de has, quizás uno de los parques más grandes a nivel mundial. Este parque posee características muy particulares por formar parte de lo que se denomina el "escudo de Guyana" una de las regiones geológicas más antiguas de la tierra -alrededor de 3 millones 500 mil años- cuyo proceso ha dado origen a una serie de formaciones montañosas verticales -los tepuyes-, siendo el más conocido el Aullantepuy en donde se encuentra el Santo Angel o Churu Merú que tiene una altura de 1,000 metros.

Otras zonas interesantes son los ecosistemas en la costa, especialmente el Parque Henry Pitier, que es el más antiguo que tenemos en el país (1937), una zona para aves migratorias que vienen de Norteamérica, donde se encuentran más de 700 especies de aves.

Otro de los parques que tiene características muy especiales es el parque Archipiélago de los Roques, que es un parque marino, donde también se está recibiendo un volumen importante de visitantes. En vista de la presión tan grande que ejerce el turismo que llega a través de yates y veleros, hemos visto la necesidad de crear una Autoridad Unica del Area, donde convergen varios organismos que tienen que ver con el desarrollo turístico: el Instituto Nacional de Parques, organismo administrador de estas Areas Protegidas; el Ministerio del Ambiente, que rige este sector; y la Corporación de Turismo, sobre todo en lo que se refiere a los permisos para pequeños establecimientos tipo posada, que atienden ese volumen de turistas en el Parque.

Canaima, quizás uno de los campamentos más antiguos del país -de hace 40 años-, ha sido un proyecto piloto por su proyección sobre otros campamentos que se están realizando en este momento. La característica del Campamento Canaima es que funciona bajo una figura de concesión, por un contrato con el Instituto Nacional de Parques, puesto que por ser área protegida, las tierras pertenecen al Estado. Tiene un canon de arrendamiento trimestral que permite desarrollar y explotar todos los servicios.

El tema de los usos compatibles restringidos y no compatibles en nuestro sistema de parques, ha sido una larga discusión y negociación con los administradores de las Areas Protegidas, porque hace 15 años, los Parques Nacionales y los Monumentos Naturales eran considerados como áreas totalmente restringidas e intocables, pero poco a poco se ha logrado cambiar esos criterios con las autoridades del Ministerio del Ambiente y de INPARQUES. En este momento estamos discutiendo un ante-proyecto de Ley de Parques

Nacionales y Monumentos Naturales, donde el turismo va a tener una importante cabida, iniciando la posibilidad de explotación racional de estas áreas.

Como objetivos primarios de manejo tenemos la protección de los ecosistemas, la recreación, la investigación científica y la educación. Como usos turísticos compatibles tenemos los campamentos e instituciones recreacionales públicos en algunas zonas, algunos hoteles y establecimientos de ciertas características en cuanto a tamaño y ubicación, de acuerdo a la reglamentación del Parque.

Lamentablemente, no todos los parques tienen planes de manejo aprobados, estamos en este momento en un proceso intensivo en convenio con el Banco Mundial para dotar a la mayoría de los Parques Nacionales de los instrumentos de regulación y protección necesarios. Otros usos turísticos restringidos son la pesca deportiva, la navegación convencional, el uso de cabalgaduras y la modificación del medio para la construcción de senderos para las caminatas.

Los usos turísticos que no son compatibles son la caza deportiva, la introducción de animales exóticos, vallas y anuncios publicitarios, así como la recreación activa o intensiva.

En este momento tenemos un flujo importante que llega al área metropolitana de Caracas, que actúa como un gran centro de distribución a través de líneas aéreas comerciales o pequeñas líneas de avionetas hacia destinos como la región de los Llanos, la zona propiamente amazónica y la zona de la Guyana del Estado Bolívar. Hay otro flujo que llega especialmente hasta la Isla Margarita en vuelos charter y al eje Barcelona-Puerto La Cruz, de donde se distribuye hacia todas esas zonas.

El otro flujo es el que llega al Archipiélago Los Roques, que es fundamentalmente un flujo de carácter marítimo a través de veleros, yates etc.

En cuanto a los tipos de turista, tenemos dos perfiles. El turista especializado, normalmente miembro de asociaciones conservacionistas internacionales, que posee un conocimiento preciso del atractivo o destino que va a visitar, así como una excelente información, incluso algunos veces mejor que los mismos guías. Hemos tenido grupos que incluso traen su propio guía con manuales de pájaros de Venezuela, previamente estudiados, y que generalmente contratan el tour desde su país de origen y son muy específicos en los detalles.

El otro tipo es el turismo no especializado que suele llegar normalmente a los destinos de turismo masivo, como es el caso de la Isla Margarita, para de allí dirigirse en algún tour al sur de Venezuela.

Algunas ventajas comparativas que hemos considerado cuando las atracciones naturales se ubican en zonas remotas, a menudo económicamente deprimidas, como es el caso del Estado de Amazonas, Apure y delta del Río Orinoco, es que el turismo selectivo es menos exigente que el turismo tradicional o convencional, en cuanto a las condiciones presentes en los establecimientos o servicios.

Otro factor importante es que la dimensión y las características especiales de los establecimientos implican una menor exigencia en cuanto a términos de instalaciones

físicas y servicios y por lo tanto hay una menor inversión inicial, así como una operación mucho más rápida que en cualquier otro establecimiento de característica convencional. Evidentemente, la clientela del turismo ecológico tiene preferencias por tipos de materiales tradicionales que se adapten al territorio natural.

Los beneficios netos producidos por el turismo ecológico, en muchos casos, brindan mayores posibilidades de participación a las comunidades locales receptoras y desde ese punto de vista, el turismo es aceptado ética y socialmente. La puesta en valor del patrimonio natural permite implementar programas de mantenimiento y control para las áreas protegidas, problema que tenemos en la mayoría de los países, pues carecen del debido control y del personal adecuado de guardaparques o custodios y el turismo puede ser un factor determinante para su mantenimiento y protección.

3. Problemas y Perspectivas.

Algunos problemas que hemos identificado en el turismo ecológico en Venezuela son: los altos niveles de ocupación en las zonas naturales costeras, originados por la gran demanda existente en las temporadas altas, especialmente con el turismo interno -en Venezuela se movilizan unos 9 millones de venezolanos al año- porque nuestra estructura vial se ubica fundamentalmente en la costa. Esta es una de las razones por las que hay una mayor utilización o sobre-explotación de Parques Nacionales de ecosistemas marinos. Tenemos, así mismo, una baja formación en recursos humanos para el turismo ecológico y carecemos de guías especializados y registrados. Hay muchos operadores y guías piratas que están ejerciendo su labor de manera indiscriminada, muchos de ellos incluso son extranjeros que no tienen ninguna licencia ni ningún tipo de control. Esta es una de las preocupaciones más grandes que tenemos en este momento y que está ocasionando serios inconvenientes en algunas zonas.

La oferta de establecimientos y servicios presenta serios déficits para atender una demanda creciente en regiones como los Llanos y el Amazonas. Por otra parte, hemos notado incoherencias en materia de ordenamiento jurídico, como un sistema de permisos exagerado para otorgar licencia a operadores que trabajan en este tipo de turismo; excesiva duración de los trámites; escaso registro y control de operadores; dificultad de accesibilidad a zonas naturales; falta de infraestructura adecuada; falta de planes de manejo; y por último, ausencia en la ciudadanía de una cultura ambiental y de atención al turista.

En este momento estamos llevando adelante varios proyectos con organismos multilaterales. Desde 1990 hemos venido trabajando con la OEA en planes de ordenamiento del espacio turístico y de marketing en algunas zonas costeras que son las que en estos momentos reciben la mayor presión del turismo, en Ansoátegui, Sucre, Nueva Esparta y el Estado Falcón donde se están desarrollando algunos proyectos puntuales, como Playa El Agua; la Península de Paria, donde una organización no gubernamental está llevando adelante un proyecto muy interesante de recuperación de viejas haciendas de cacao con fines didácticos; y uno de los proyectos quizás más ambiciosos que tenemos en este momento es el desarrollo de la región de los Llanos con un convenio con la Comunidad Europea, cuya estrategia apunta a la puesta en valor de la ruta y los circuitos, teniendo como base algunas haciendas que están trabajando en este momento con bastante éxito en el manejo ecoturístico. Estas haciendas, de actividad

primaria como ganadería extensiva, están destinando parte de sus equipamientos e instalaciones para recibir grupos de 30 a 40 personas.

La región de los Llanos tiene la particularidad que es una zona con gran potencial en flora y fauna. Es muy cambiante en función de las estaciones de lluvia o estaciones secas que hacen variar la flora y la fauna de acuerdo a las características físicas y naturales.

También estamos desarrollando otros proyectos en la región sur. Así en el Estado Amazonas se ha creado una Autoridad Unica de Area con todos los organismos que de alguna manera están participando en el desarrollo de esta región. En Estado Bolívar está participando activamente la Dirección de Turismo de la Gobernación del Estado que tiene varios planes y proyectos, especialmente el de la ruta de la Gran Sabana, que conecta el Estado con Brasil y donde hay planes y proyectos para desarrollar la zona a través de un convenio bilateral. El delta Amacuro (desembocadura del río Orinoco) también tiene sus particularidades, pues se trata de una gran red de ríos y de caños, donde están presentes algunas comunidades indígenas como los Guaraos y donde se están creando algunos campamentos.

Estamos participando en una etapa de pre inversión con el Banco Interamericano de Desarrollo en unos centros turísticos de baja densidad ubicados en la costa. La idea es realizar un desarrollo sustentable con la participación de las comunidades locales resolviendo en una primera etapa el problema de infraestructura básica, pues en algunos sitios por la demanda tan grande se han producido algunos estrangulamientos de servicios. Se tiene pensado realizar el proyecto en dos etapas: una primera de levantamiento y reordenamiento territorial y normativo y una segunda operacional, que incluye un plan de marketing y de promoción del producto.

Los programas de apoyo, crédito y financiamiento del gobierno venezolano han estado orientados tradicionalmente hacia la hotelería convencional, pero ahora, a través de un proceso de gestión y concertación con el Sistema Nacional de Ahorro y Préstamo (sector privado), hemos logrado montar un programa de crédito preferencial para el financiamiento de posadas y campamentos; casas o construcciones de arquitectura tradicional que pueden rescatarse y convertirse en posadas y campamentos de dos tipos: los campamentos con estructuras móviles tipo camping, con carpas y campamentos con estructuras fijas que son los lodges y que al inicio del programa han tenido una demanda bastante grande.

PARTE III: ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN LA REGION

III.1 ENFOQUE REGIONAL

III.1.1 AGREGACION, ELASTICIDAD, POESIA: HACIA UNA ESTRATEGIA ECOTURISTICA EN LA AMAZONIA

Jorge Rivera

Gerente de Viajes Fremen. Consultor Independiente. Ex-Coordinador de la CETURA.

1. Presentación

La empresa ecoturística se caracteriza por ser una empresa con objetivos múltiples: recreación, conservación ambiental, desarrollo comunitario, educación y rentabilidad económica. Todos ellos son objetivos paralelos y entrelazados sin los cuales no podremos obtener el producto. En consecuencia el único objetivo de una empresa ecoturística no es el negocio, y así como tiene objetivos múltiples también tienen productos múltiples. Y este es un tema en discusión pues el concepto mismo de la producción está cambiando. La producción ya no es solamente una producción de bienes y servicios económicos. Cada vez hay más conciencia en el mundo que cualquier tipo de empresa, fuera de sus productos o servicios económicos, produce servicios ambientales, políticos, sociales, informacionales, e incluso morales.

Y esto es precisamente lo que produce una empresa turística, produce servicios económicos: el alojamiento, el transporte y la alimentación. Productos ambientales: las empresas ecoturísticas de la Amazonía pueden producir muy bien áreas protegidas, pues los estados tienen una muy limitada capacidad de administrarlas. Podrían ser entonces, áreas protegidas con base productiva licitadas por empresas turísticas.

También producimos productos sociales: si hay una alianza correcta con las comunidades locales, sobre todo indígenas que son las que más potencial ecoturístico tienen, produciremos agregación social, agregación comunitaria; produciremos mejoras en la educación y la salud de estas comunidades. Finalmente tiene productos culturales, bastante obvios, y productos morales. El tema del ecoturismo pertenece ya al ámbito de la filosofía, de la poesía, de los valores.

La elasticidad es una condición extraordinariamente importante de la oferta ecoturística, debe adecuarse permanentemente a un mercado cada vez más fragmentado y en permanente cambio. Esta elasticidad nos lleva decididamente a concebir la empresa ecoturística como diversa, sin un tipo o modelo preestablecido. De manera que cualquier política o idea destinada a homogeneizar a las empresas conducirá al fracaso.

Otra característica es que tiende a ser pequeña y mediana: Esto no quiere decir que no existan emprendimientos ecoturísticos grandes, pero la base, el origen del ecoturismo se

encuentra en la desmasificación de la vida en general a nivel mundial, y específicamente, dentro de la producción. Ecoturismo es adecuarse a requerimientos cada vez más exigentes, más pequeños y más especializados, de una cada vez mayor cantidad de viajeros en el mundo.

2.Los Componentes de una Estrategia de Ecoturismo.

a)El desarrollo institucional. Todos los países incorporan como cuestión estratégica la agregación institucional y el fortalecimiento de las instituciones. Los países pobres están enfermos de desagregación; aquí impera la filosofía del sapo: cada sapo cree que su charco es el océano. Tenemos que modificar esta concepción parcializada, sin dejar de ser diferentes, sin dejar de ser individuales, tenemos una poderosa necesidad de agregación. Sin duda que en el caso del ecoturismo esa agregación tiene que darse en el ámbito de la empresa ecoturística, en el campo de las instituciones ambientales y en el campo de las instituciones locales, sean nativas o de colonos.

b)El segundo componente, infaltable, es el desarrollo de estudios científicos. Estudios de biología, antropología, estudios socio-económicos, etc., que tendrán que ser regionales para la Amazonía, nacionales y también locales. Para que los estudios sean útiles para el ecoturismo, para la gestión empresarial, para el guía y el ecoturista, deben ser principalmente estudios de sitio. Proponerse hacer estudios de sitio para los miles o millones de sitios posibles de activación turística es una tarea imposible, pero pueden hacerse políticas de estudios marco que permitan a una empresa correr con los costos o promover los propios estudios de sitio que necesita para su trabajo de acuerdo a su especialidad, sus deseos, sus equivocaciones y sus aciertos.

c)El desarrollo de recursos humanos que comprende básicamente:

Una gestión empresarial que tenga en cuenta la elasticidad, la diversidad, los múltiples objetivos y los múltiples productos que genera una empresa de ecoturismo. Es importante comprender que una empresa que produzca estos productos, en manos de una comunidad de indígenas, de una ONG ambientalista o de un empresario privado, es igualmente, una empresa.

Guiaje especializado: académico y nativo. En una estrategia el guiaje especializado es muy importante y estoy seguro que es utilizado, a veces como un trabajo sucio, casi por todos los empresarios que hacen ecoturismo. Es un desafío para el ecoturismo llevar el guiaje nativo a formar parte del complejo y valioso espectro que son los servicios turísticos.

El control de los impactos ambientales, sociales y culturales. No podemos, de ninguna manera, circunscribirnos a los impactos ambientales, pensamos que por su importancia y necesidad, esto es ampliamente conocido y no necesita mayor desarrollo.

Equipamiento y servicios ecoturísticos. El ecoturismo tiene condiciones muy especiales de equipamiento y servicios, de manera que ésta es otra área de capacitación estratégica.

Capacitación de empresarios y empleados en la promoción y ventas de este mercado tan especializado como cambiante.

d)Desarrollo de un proceso de control de impactos ambientales culturales y sociales. Sobre todo teniendo en cuenta que de hecho un área protegida promovida por el Estado, por una empresa ecoturística o por cualquiera, necesita estar siempre acompañado de un control de impactos de todas las acciones, vengan de donde vengan.

e)Promoción de inversiones. Como en lo mayoría de los casos no se requieren grandes inversiones, hay una gran potencialidad de inversionistas para empresas ecoturísticas a nivel local y a nivel nacional. Normalmente, cuando se habla de promoción de inversiones, se tiene el prejuicio de que sólo deben ser grandes y extranjeros. En este caso nos estamos refiriendo a una rama específica que felizmente hace posible que nuestros pobladores y nosotros mismos podamos perfectamente invertir en estas empresas, la mayoría de las cuales estarán alrededor de unos 100 mil dólares, aproximadamente.

Por supuesto que dentro de un plan de promoción de inversiones habría que recuperar las concesiones como una política. Es decir, promover que cada vez mas áreas entren a ser parte del conjunto de áreas protegidas u autosostenidas.

En cuanto al desarrollo institucional, las CENTURAS fueron organismos informales, compuestos por empresas del sector ambiental, del sector comunitario indígena y del sector turismo, tanto público como privado. Este marco informal institucional se dinamizó para elaborar los respectivos componentes nacionales del proyecto en una concepción que a mi juicio, debe de imponerse cada vez más: de abajo hacia arriba, con activo participación de los actores. Funcionó y se hizo el proyecto. Además tenía otro componente de formación de recursos humanos, de consolidación del producto, en este caso se dejó un monto de alrededor de 50,000 dólares para hacer alguna inversión o dividirla en otras que fortifiquen el producto del área, que podía haber sido invertido en consolidación de senderos o en un centro de interpretación. Ecuador, salió de este esquema, y prefirió usar estos 50,000 dólares para impulsar su carrera universitaria, se presentaron tres proyectos de tres universidades y es una buena noticia que ya esté ese proyecto en ejecución.

3.Propuestas para la Acción:

Teniendo en cuenta los criterios expuestos, proponemos la inclusión de los siguientes componentes en la estrategia a seguir:

a)Desarrollo de mercados, cuyo centro sería una bolsa de ecoturismo a nivel regional, con carácter itinerante por todos los países. Esta bolsa sería financiada por los empresarios asistentes, como ocurre en muchas bolsas, incluyendo las actividades de acoplamiento, necesarias para difundir previamente la bolsa, para promocionarla y garantizar su éxito, así como los estudios de demanda que se necesitan como parte de un programa de desarrollo de mercados.

b)Formación de recursos humanos en los siguientes temas: guiaje especializado y nativo, control de impactos ambientales culturales y sociales, equipamiento y servicios turísticos, promoción y ventas y gestión empresarial ecoturística. Estos son, a nuestro juicio, los temas esenciales de un plan de formación y capacitación para los recursos humanos del ecoturismo. Este componente debe estar sustentando por los estudios científicos necesarios a nivel macro que sirvan de marco para estudios de sitio, bajo responsabilidad

de entidades privadas, en los campos de biología, la antropología y el ámbito socioeconómico.

c)Control de impactos ambientales, culturales y sociales. Este componente infaltable debe ser localizado y hacerse bajo la idea de un plan piloto de control de impacto con su correspondiente aporte a la capacitación y la difusión de la experiencia para repetirla.

d)Promoción de inversiones. Deberá promoverse al inversionista local y nacional, en virtud de la potencialidad de inversionistas existentes en estos niveles, debidamente capacitados y con todas las exigencias legales e incentivos necesarios para su éxito.

III.1.2 PERSPECTIVA GLOBAL Y DIVERSIFICACION: CLAVES DEL EXITO

Oswaldo Bueno Netto
Presidente del Grupo Matrix, Consultores Internacionales.
Consultor para formular el proyecto de la CETURA.

1.Introducción.

Nuestro objetivo es tratar de plasmar las tendencias del mercado internacional e intentar hacer una identificación de las oportunidades que estas tendencias crearán y para dónde deben apuntar nuestras empresas dentro de cada uno de los países.

A nuestro juicio es un error pensar que el mercado es lo que cada país vé desde la óptica de sus estadísticas nacionales. El mercado que esta allí representado no es el mercado real sino el mercado de los tres días que el turista pasa en su país. Se mira una parte de la fotografía que no es la realidad total, sino la interpretación parcial de la realidad. Tenemos que entender que cuando el turista va en un viaje al exterior, este viaje es de 15 a 20 días. Este marco mayor es el que hay que entender con claridad.

De otro lado, cuando se mira desde el punto de vista de la empresa privada, se mira el mercado en la respuesta de los visitantes, pero esa es una fotografía más pequeña aún de lo que está pasando en el país. Entonces, lo que se necesita es una perspectiva global, un entendimiento del mercado real que no es lo que cada uno está mirando.

El segundo punto indispensable es un sistema de informaciones, de publicidad, etc. Es una cadena de negocios que van contribuyendo con su parte como ocurre con un auto. Tenemos las piezas que producen las fábricas que son montadas para tener el auto. Hay que entender que el turismo es una industria de punta, así como el auto, que supone una coordinación de una cantidad de actividades anteriores y posteriores.

En la práctica, el turismo es una exportación que trae divisas cuando se trata de turistas internacionales y como exportación, tiene una característica muy especial: se exportan servicios para el país de origen, pero no se tiene control alguno sobre las exportaciones. El que tiene el control de las exportaciones es el país donde está el turista. La principal implicancia de ello es que pueden plantearse líneas de financiamiento a lo exportación de estos servicios tal como se hace con la exportación de servicios y/o productos, como por ejemplo, los equipos y maquinarias de producción. En estos casos los países están

concediendo 5 o 6 años de financiamiento, sin embargo, el turismo es pagado al contado y por lo tanto no se beneficia con el financiamiento que los países están aportando a todas las demás exportaciones. Este punto debe ser expuesto a cada uno de los dirigentes de los países para mostrarles la importancia de la contribución del turismo receptivo, que va mucho más allá de lo que parece.

2. Diversificación es la clave.

El mercado está cambiando constantemente, estamos en un mundo en transición y el principal elemento es que estamos entrando en la sociedad de la información y aquellos que tienen capacidad de transferir información serán los dueños de la producción. La producción de hoy es información, ya no es más el material físico que hace el producto. Estamos tratando con transferencia de información en todos los componentes del proceso turístico. Esta es, en consecuencia, una industria del proceso de información.

Desde el punto de vista estratégico, a mi juicio, es lo mismo llamarlo ecoturismo, turismo sostenible o turismo sustentable. Pero para fines de promoción es distinto. Tenemos que entender claramente que el mercado está fluyendo hacia una situación donde hay turistas, ecoturistas "hard" y ecoturistas "soft", como hay turistas deseosos de ser ecoturistas pero no lo son. Pero el punto es que el mercado no es puro y nadie puede pretender decir que ya no se quiere a los que no son ecoturistas. En Costa Rica hubo un trabajo muy fuerte de preparación de la base de información y de conocimiento científico en apoyo a todo el proceso de desarrollo del turismo allí llamado ecoturismo. Sin embargo, con el pasar del tiempo y con la masificación -cuando el turismo pasa de un crecimiento lento a un crecimiento exponencial-, cuando se produce el cambio violento se pierde el control sobre el procedimiento. Se tiene una cantidad de gente de tipo diverso y no se puede preparar un producto específico.

Lo que se tiene que hacer es toda una banda, como la luz que tiene bandas, y preparar productos para cada banda. Esa diversificación es la clave del futuro.

La diversificación de los productos quiere decir que no vamos todos a ser zapateros. Hay que tener alguien que produzca alimentos. De la misma forma en turismo hay que tener el especialista o el turismo de especialidad, el turismo de naturaleza, el turismo de playa. En este sentido, el papel de la CETURA es muy importante: mirar el problema del mercado de una manera global. Ninguna empresa tiene el capital necesario para poder hacer este estudio pues trasciende la capacidad financiera de las empresas. Hay países que ven este asunto como una prioridad de segundo o tercer orden y, sin embargo, es la clave para saber hacia dónde pilotear el barco que se está comandando, pues si son pilotos de un barco y no tienen radar, no saben hacia dónde ir. Las estadísticas que utilizan son las del pasado, el mercado está cambiando y tenemos que saber hacia dónde, y no se trata del mercado que uno está mirando, sino del mercado global.

Un dato importante de las agencias de viajes, por ejemplo, es que hay mayor cantidad de viajeros frecuentes que nuevos viajeros, estos últimos son sólo el 10%. Pero los viajeros frecuentes rara vez repiten el destino, sino que pueden ser más bien propagandistas de destinos. El puede convencer a sus vecinos a que visiten un lugar, pero es muy raro que regrese. Puede regresar al mismo país porque le gustó, pero es más raro que regrese al mismo lodge; es al revés, buscará nuevos locales que visitar. Entonces, tenemos un mercado internacional mucho más pequeño que lo que ustedes imaginan, pero es un

mercado de 200 mil, que es la gota de agua en un océano. No se está mirando a dónde se tiene que mirar para hacer venir a los turistas serios y un volumen serio de turistas.

Para poder hacerlo hay que diversificar los productos y por lo tanto, tenemos que mirar hacia la Amazonía donde hay todo tipo de productos, desde la posibilidad de tener en la playa amazónica una parte del producto y en la montaña cercana otra parte; esta combinación podría hacer un producto único en el mundo. Es usar la floresta como el punto clave a partir del cual se puede cortar en diferentes direcciones, pero conducir el resultado a un objetivo final que es la visión de conjunto de ese mercado.

Entonces, si las estadísticas de la Organización Mundial de Turismo (OMT) indican que el 10% de los turistas son ecoturistas, eso significa que el año 2,000 tendremos 60 millones de ecoturistas. El punto sobre el que quiero llamar la atención es que nosotros estamos con cifras que no llegan al 1%, por lo tanto lo que tenemos que hacer es mirar el mundo como es realmente e intentar hacer la adaptación de este producto a esa demanda mundial, porque vemos que el crecimiento en todos los países está empezando a tener tasas altísimas.

Como no estamos todavía preparados para hacerlo, aquí tenemos la CETURA, pretendiendo dar un gran salto. Tenemos que hacer un cambio fundamental en nuestra manera de mirar al turista. No se puede mirar al turista solo como ecoturista, porque en momentos distintos es un turista distinto, en consecuencia, hay que ofrecerle diferentes combinaciones de productos. Si se definen límites, ustedes mismos se están restringiendo; por el contrario, hay que diversificar la oferta turística en la Amazonía.

Efectivamente, es muy difícil dar el salto y mirar el problema desde fuera del país. He estado en 12 diferentes países en estos 12 años y en todos ellos lo que más me impresionó fue que estamos mirando siempre el problema al interior del país. No se ve que el mercado que está ahí pasando, por ejemplo por el Caribe -que son 16 millones de turistas-, son todos turistas que están interesados en ir a un destino nuevo y por consiguiente, son un mercado potencial. Ellos no están presos en ningún destino, están libres porque ya estuvieron en Europa, en el Caribe, ahora están listos para un nuevo destino y lo están buscando.

La cuestión es cómo crear el atractivo para hacerlo. No todos pueden hacerlo, sino sólo aquellos que ya están maduros, que están capacitados para ello. Ese es el mercado de más alto valor, pero hay espacio para nuevos y más que dinero, se necesita trabajo mental, de concientización y de capacitación.

3.La Articulación de las Instituciones y las funciones.

¿Cómo podría hacerse la matriz interinstitucional de acción entre la CETURA y los países del Tratado de Cooperación Amazónica? ¿Cuál es la manera de articular, por un lado, todas las instituciones y todas las funciones que se pretenden desarrollar y, por el otro, las instituciones que intentan hacer el "matching" entre los dos? Al intentar hacerlo, vemos que obviamente no es una la matriz interinstitucional, sino dos. La primera es entre la CETURA y los países y la segunda, al interior de cada país.

La primera es muy sencilla y puede ser mediante la creación de una CENTURA pero, que tal como fue propuesta originalmente, tiene que ser reformulada para adecuarse a las

realidades de ejecución. Porque si estamos proponiendo algo es para ejecutarlo. La utilidad anterior de la CETURA fue la creación de un foro de intercambio de experiencias, pero ahora estamos en el momento de pasar a la acción.

Para hacerlo es necesario que cada país designe una comisión coordinadora interna. Estas reuniones no son suficientes porque no hay memoria. Si dentro de cada país hay una comisión permanente, entonces la memoria sustituye a las personas, permanece y puede ser rescatada en cualquier momento pues se tiene los elementos para ello. Lo que tenemos que hacer es crear los elementos de compaginación para la ejecución, porque estamos listos para proponer cosas concretas que pueden ser implementadas de inmediato. Necesitamos la acción de esas comisiones, quizás es apenas una cuestión de darle el nombre a la comisión o la atribución a la comisión que ya está haciendo el trabajo, que pasaría ahora a ser la que ejecuta dentro de la CETURA, eso depende de cada país.

Esta comisión debe tener tres componentes muy claros: autoridades de turismo, de medio ambiente y de las comunidades indígenas, desde el punto de vista público. Desde el punto de vista privado, cada uno de estos componentes tiene que tener la parte privada, no sólo de los empresarios sino de las ONGs que están actuando en el campo.

Esta matriz, correspondiente a la parte interna de los países, es crítica porque si no se tiene el apoyo del medio ambiente y la interacción con las Áreas Protegidas va a ser muy complicado. Esto lo hemos visto en el Brasil y en otros países de la región. Por lo tanto, tenemos que entendernos con el medio ambiente. Y lo mismo ocurre con las comunidades indígenas, que debe tratarse con mucho cuidado porque el problema indígena es distinto en cada uno de los países.

4. Necesidad de un Plan de Acción.

Es importante que tengamos claro que tenemos un proyecto en la mesa. Sin embargo, mi trabajo como experto es crear recursos de donde no existen para poder realizar acciones inmediatas de impacto visible. Ya fue planteada la propuesta de crear una bolsa de turismo itinerante. Pero esa es una de las medidas concretas, lo que a mi me parece necesario e importante es tener una visión global, una visión estratégica global.

En este sentido, no es un proyecto lo que se necesita, sino un plan de acción que sea una guía de trabajo para todos y no, en primer término, un proyecto para la búsqueda de recursos internacionales. Necesitamos, en primer lugar, reglas sobre cómo interactuar a partir de ahora.

En relación con el proyecto, quiero llamar la atención sobre algunos elementos: el orden de los componentes y la ausencia de dos componentes importantísimos.

En el primer caso, el problema surge cuando la promoción no considera el problema de la demanda. Son cosas distintas: una cosa es saber cuál es la demanda y otra cosa es hacer la promoción para captar esta demanda. Aquellos que no son empresarios tienen cierta dificultad de entender que una empresa moderna no vive en el espacio de la realidad económica si no está claramente imbuida de los segmentos del mercado con que opera. Y esto lamentablemente no está claro.

En Estados Unidos, en Alemania, en Japón y en Corea, existen asociaciones que están haciendo investigaciones de mercado. Son las asociaciones las que hacen ese estudio, no es el Estado. En países muy grandes, como es el caso de los Estados Unidos, existe la USTA que es la encargada de hacer la investigación de mercado en los que llama mercados prioritarios, y contrata a empresas especializadas para hacer investigación con un mínimo de 1,500 entrevistas, muestras o encuestas en cada país considerado clave. La investigación de ustedes siempre ha estado dirigida a quienes han venido al país y no hacia quienes están en el país de origen que es el potencial al que hay que llegar. Se podría hacer una planificación como asociación de países de la Amazonía y hacer la investigación de este mercado. Evidentemente, no es necesario hacerlo todo a la vez, pues cada investigación cuesta 200 mil dólares.

Es una investigación que requiere más de 70 preguntas para poder establecer con detalle cuáles son los diferentes segmentos del mercado y tiene que cubrir todo el país emisor, para poder identificar las regiones, el tipo de profesional o el tipo de perfil del turista que viene. Este trabajo debe ser hecho y no está contemplado.

El problema número dos es la accesibilidad, porque se puede tener en el mercado emisor a todos los turistas que quieren venir, pero ello no será posible si no se tiene el acceso a un avión para volar e ingresar al país receptor. Algunos de los países no tienen acceso directo a Miami y dicen que están encajonados, y eso es un error. El turista no viene a un país sino a varios, en consecuencia no importa cuál es la puerta de ingreso porque va a hacer un circuito. Es necesario entender que hay que hacer un producto de circuito y no de país. Esto no está contemplado por ninguno de los países porque escapa a su alcance, pero si está dentro del alcance de la CETURA.

¿Cómo cambiar la accesibilidad? En todos los países, sin excepción, el proceso de crecimiento exponencial ocurrió a partir del momento en que se contó con un sistema de transporte aéreo suficiente y adecuado. Para poder tener un sistema de transporte aéreo ustedes no necesitan crear una línea que llegue a su país o a un determinado destino turístico, sino que lo pueden hacer a través de la organización de un grupo de hoteles o de operadores turísticos que sea capaz de recibir el flujo generado por un avión. Pero hay algunas cosas implícitas en ese proceso que no son tan sencillas. Por ejemplo, Cancún y todos los demás destinos turísticos mayores, cuentan con empresas de aviación que las tratan con toda prioridad y busca los turistas de donde sea. Si los quiere del Brasil, ellos hacen un acuerdo con los operadores de turismo del Brasil y logran vender un vuelo entero, luego venden el segundo, el tercero, etc.

Hay que señalar, sin embargo, que este avión tiene unas ciertas restricciones, pues está regulado por la IATA, que establece que las tripulaciones de estos aviones sólo pueden volar después de 24 horas si es que han volado más de 8; por lo tanto si no existe una tripulación que los reemplace, el avión se queda. Son millones de dólares parados. Pero cuando llega el tercer vuelo y se tiene la posibilidad de contar con un segundo equipo de operadores, todo comienza a funcionar perfecta y óptimamente. Y esto no es difícil, se puede hacer con diferentes países pues el vuelo que va desde aquí a Europa es tan largo que la diferencia es absolutamente irrisoria en términos de costo del vuelo.

Hay gente en todos los países, algunos están creando productos nuevos que se pueden divulgar y multiplicar la capacidad de promoción. La consolidación de los productos es una consecuencia natural del proceso de diversificación.

III.2 APORTES DE LOS ACTORES

III.2.1 LA EMPRESA ECOTURISTICA: INTERMEDIARIA ENTRE EL MUNDO DE LA AMAZONIA Y EL MUNDO GLOBAL

José E. Koechlin Von Stein

Presidente de la Cámara Nacional de Turismo del Perú. CANATUR

En la zona de Puerto Maldonado, en Madre de Dios, empezamos a hacer turismo hace veinte años. En ese lugar alejado al que se llegaba con un DC-3 o un DC-4 y, con mucha suerte, con un DC-6, empezamos a recibir turistas en cabañas muy rústicas. Con el tiempo hemos aprendido a mejorar los materiales, la distribución de las cabañas y a conocer el entorno de la naturaleza. Nuestra primera ubicación estuvo a 75 metros de la ribera del río Madre de Dios; hoy esos 75 metros han desaparecido por el río que hasta el momento se ha llevado 150 metros de tierras. Es sorprendente cómo la naturaleza cambia.

¿Cuál es la motivación principal? ¿Es el negocio o la poesía? Es estar conscientes que hay algo más de trascendencia en la vida; que hemos recibido una herencia en la naturaleza, que debemos cuidar y restituir en lo posible en donde fuera dañada; que debemos ver que esta herencia continúe con todos sus valores culturales, indígenas, de flora, fauna y biota. Darle una función social a la inversión, enmarcándola en una actividad de poca inversión directa y de fácil acceso al mercado de exportación. Es el turismo basado en los valores ecológicos.

Si miramos las tendencias del mercado veremos que hay tres segmentos de crecimiento en el mundo de hoy: a) el interés por la naturaleza, llamado ecoturismo; b) el interés por la cultura; y uno de mayor trascendencia c) el interés por uno mismo que es llamado hoy día el turismo místico, espiritual. El año pasado, el libro más vendido en los Estados Unidos, que estuvo medio año como número uno y que hasta hoy ocupa el puesto 68 de los libros más vendidos del New York Times, es "The Celestine Prophecy". Es un libro sobre el último gran viaje del hombre, que es la búsqueda de sí mismo por medio del contacto con la naturaleza y los valores culturales y esa búsqueda se realiza en el Perú. Esto nos indica claramente la existencia de un importante mercado en los Estados Unidos.

Otro dato importante, en este sentido, es que durante el año 1993 cerca de 270 millones de americanos han visitado un parque nacional. Tenemos, entonces, una corriente muy grande, definitivamente, una cuestión global que nos lleva a pensar que el mundo tiene interés en nosotros y que depende de nosotros saber satisfacerlo. Primero accediendo a esa demanda y luego satisfaciéndola, ofreciendo exactamente lo que quieren recibir, que no es solamente el producto sino una vivencia y un entorno de comodidad. No solamente salir en el día al campo, sino tener en la noche agua caliente, cierto confort, la tranquilidad de que durante el día su mundo está seguro, que es quizás uno de los elementos más difíciles de brindar, acceso a servicios médicos, o la información, es decir, lo necesario para que todo lo que la persona trae como su bagaje personal, pueda realizarse también en nuestro medio.

Cuando hablamos de ecoturismo, surgen las preguntas: ¿para qué? ¿por qué? ¿cómo? ¿dónde? En nuestra experiencia lo primero fué hacer un inventario. Definir y entender de qué estamos hablando para poder darnos a conocer. No se trata solamente de la biota, qué hay, cuánto y dónde, sino también saber qué hacen las personas y cómo se puede orientar su quehacer para que tengan un ingreso económico que les permita mejorar su calidad de vida, no solamente en lo económico sino también en cuanto al desarrollo personal. A partir de la información obtenida es posible entender qué otros usos se pueden dar al entorno, financiados por el turismo, como por ejemplo en flora y fauna, para que tengan una relación de retorno directo a las poblaciones locales.

Entonces definimos nuestra posición. Nosotros de la ciudad que vamos al campo somos en realidad comunicadores, somos intermediarios, somos facilitadores de ambos extremos. Tenemos suficiente percepción y conocimiento de lo que quiere ese mundo global encontrar en ese mundo particular local que se dá en el entorno amazónico. Tenemos que conocer este entorno para poderlo brindar a ese mundo. De esta manera podemos buscar crear condiciones que nos permitan darle una mejor calidad de vida al morador local y conservar el ambiente amazónico.

¿Cómo acceder al mercado? ¿Qué es el mercado? ¿Cuál es el mercado potencial?, ¿Cómo unir el mercado global con el mercado particular y con los pequeños que están en la zona? ¿Cómo unirnos entre los pequeños que estamos en la zona para salir con fuerza con un sistema de reservas y con un producto uniforme? ¿Cómo influenciar en los gobiernos para que se den las medidas legislativas necesarias para que permitan que el privado, sea ONG o empresa, tenga acceso a la propiedad o derecho al uso dentro de un tiempo suficiente como para que sus realizaciones puedan efectivamente darse? Son preguntas que nos venimos planteando y que las tratamos de desarrollar de la mejor forma posible.

Creemos que el Tratado de Cooperación Amazónica puede ser un instrumento viable que nos permita efectivamente realizar los planteamientos y las propuestas presentadas. Quizás deberíamos tener un centro de información legal que sirva de base permanente para desarrollarnos. Tenemos en el MERCOSUR un mercado potencial con suficientes ingresos económicos, que no está viajando dentro de la región y que son quizás 75 millones de personas. ¿Cómo hacer que salgan de su entorno local a conocer lo que les es más fácil, porque tenemos el mismo idioma, la misma idiosincrasia y hemos pasado las mismas experiencias económicas y sociales?

¿Cómo hacer para satisfacer efectivamente las expectativas generadas por nosotros en los turistas que llegan? ¿Cómo hacer para que el turista común tome conciencia y se convierta en un ecoturista; para que el conocimiento lo lleve a amar el lugar, participando luego en cuidar su entorno ecológico, su medio ambiente, sus valores ancestrales en su propia localidad?

¿Qué tenemos que hacer para que efectivamente los locales, los nacionales, los privados, pongamos voluntad y esfuerzo en realizar inversiones que permitan que el ecoturismo en la Amazonía sea un vehículo para la conservación y para el mejoramiento de la calidad de vida de los indígenas y poblaciones locales? ¿Cómo hacer para que el desbalance generado por el hombre pueda ser restituido por medio de zocriaderos o de recolección de semillas que permitan plantaciones de especies que están en peligro de extinción?

Son una cantidad de factores los que hacen la "poesía" que lleva a un compromiso que nos hace responsables en la búsqueda efectiva de mejorar la calidad de vida de las poblaciones locales, de nosotros y de los que están en el resto del mundo y que quieran conocer nuestro ambiente.

El asunto es cómo acelerar este proceso para que sea realidad. Lo primero es tomar consciencia, lo segundo tener los instrumentos, tanto legales como financieros, para despertar a los que tienen mayor facilidad de crédito, no necesitamos subsidios pero sí menores tasas que las comerciales habituales en nuestros mercados. La toma de consciencia de que la realización del hombre realmente está en su entorno, puede ayudar a facilitar el acceso al crédito que le permita realizar estos conceptos.

El mercado del ecoturismo es muy grande, es mucho más grande de lo que podemos manejar inmediatamente y tenemos que tener mucho cuidado con que esa curva ascendente como la de Costa Rica, no signifique el deterioro de aquéllo que nos motiva a participar en esta actividad, que no signifique dañar la naturaleza por una sobre-explotación.

Estos conceptos los venimos madurando durante muchos años y sabemos que no son fáciles de realizar en la práctica, pero también sabemos que una de las formas de buscar esta realización es por medio del turismo y de los ingresos que genera. La búsqueda de conocer nuestro entorno y darle un mejor uso a la naturaleza, sin dañarla.

III.2.2 EL PUNTO DE VISTA DE UNA LINEA AEREA NACIONAL

Edgardo Rebagliati Castañón
Gerente Legal de la Compañía de Aviación Faucett, Perú.

Nuestra compañía aérea está convencida de que el Perú tiene un enorme potencial para el ecoturismo de naturaleza. Creemos que la prosperidad de este campo efectivamente no nace solamente de sus recursos naturales, sino básicamente de la capacidad de la industria para innovar.

Faucett lo entiende así y somos conscientes que esta nueva área de turismo está directamente ligada a su medio de transporte. Nosotros, día a día, intentamos interconectar a la mayoría de las localidades del país, y una de las primeras preocupaciones de nuestra empresa es la seguridad de los vuelos y el cumplimiento de los itinerarios.

A manera de información, en los Estados Unidos se está revisando la política de seguridad de la FIA sobre el mantenimiento de las aeronaves en los países en vías de desarrollo. Como consecuencia de ello, en este momento hay más de 15 países cuyas aeronaves están impedidas de entrar a Estados Unidos.

El Perú actualmente todavía está en la categoría uno, pero eso no depende de las aerolíneas, sino de las autoridades aeronáuticas de nuestros países a quienes las autoridades norteamericanas les piden el control de toda la operación de vuelo.

Nuestra compañía está tratando, en la medida de sus posibilidades, de implementar todos sus equipos y ponerlos al día. Tenemos un convenio operativo con Iberia para el mantenimiento de parte de las turbinas, ya hemos operado en más de seis y se están desarrollando sin contratiempos. Esta es una preocupación general, en relación con algunos aspectos del famoso informe Porter, porque parte de las dudas de los turistas entrevistados por la empresa Monitor se refieren a la seguridad y a la antigüedad de la flota que hay en el Perú. Eso no es un secreto, las aeronaves duran mucho tiempo por el mantenimiento que se les da y en Perú hay seriedad -pero no puedo hablar por las demás compañías- y entiendo que las autoridades peruanas están ahora más que nunca tomando precauciones que tal vez debieron tomarse antes.

En cuanto a nuestra experiencia en zonas como Iquitos, que es un destino que Faucett está trabajando desde hace 12 años, las estadísticas reflejan un incremento sintomático. En 1993 hubo 8,743 pasajeros en la ruta Miami - Iquitos; en 1994 han sido 9,800; y hasta el mes de mayo se han reportado unos 5,000 pasajeros. Con la temporada alta que empieza en julio se pueden lograr, fácilmente, los 11,000 pasajeros, al extremo que Faucett está pensando implementar una segunda frecuencia directamente a Miami desde Lima.

Voy a aprovechar esta ocasión para referirme al nuevo convenio bilateral Perú-USA. No me voy a extender en las nuevas rutas que se han aprobado ni en las mayores frecuencias, aunque el aumento de frecuencias va a ser mucho más de lo que el Perú aparentemente podía esperar. Tenemos una nueva línea aérea norteamericana que llega al Perú, se llama Continental y viene desde Houston. Se han autorizado nuevos destinos como Nueva York, Washington, Los Angeles. Pero hay un punto en el que aún no se ha llegado a un acuerdo y es el relativo a las políticas de charter. Estuve presente por mi compañía en las negociaciones en Washington y cuando se trató el tema específico de los charters la delegación oficial peruana no tenía una propuesta.

La representación peruana argumentó que su legislación estaba siendo revisada. Efectivamente, no hay que ser experto en legislación aeronáutica para saber que la legislación peruana respondió a una coyuntura política totalmente diferente a la actual. En el pasado, para que un charter se aprobara en el Perú, sea receptivo o egresivo, había que hablar con 16 funcionarios del Ministerio de Industrias y con la División de Transporte Aeronáutico del Ministerio de Transportes para ver si se daba el permiso, al margen de todo un paquete de exigencias que hacía la operación demasiado complicada.

La propuesta de Estados Unidos es prácticamente un modelo de cómo debería ser la legislación y lleva implícito el pedido de que se autoricen 100 vuelos charters al año o dos charters semanales en rutas donde no estén operando las líneas aéreas actualmente. Me parece que es importante que el gobierno tome nota de que ya está el tema de los vuelos charters en el tapete y hay que apurar la decisión de cambiar la legislación, adecuarla a la nueva ley de transporte aéreo, que es una ley bastante liberal, y establecer una legislación acorde con el momento actual en el Perú y el mundo.

Nuestra compañía está tratando de introducir agresivamente en el mercado el Sistema Computarizado de Reservas. Faucett acaba de firmar un convenio con el sistema de reservas por computadora SRC más grande del mundo que se llama "Amadeus", conformado por las principales líneas de Europa. A diferencia de los otros sistemas que son monopólicos como el americano, Amadeus da acceso a todos los sistemas de

reservas del mundo a través de pantallas que se van a instalar en las agencias y que colocarán directamente en la pantalla las ofertas que el Perú va a ofrecer.

En la revista TIME, ya se adelanta lo que va a ser, en unos años, el famoso Internet. Prácticamente, las secretarías van a poder hacer la reserva del ejecutivo cuando quiera viajar y mostrarle, incluso, la habitación del hotel. Parte de este proceso es el esfuerzo de Faucett de firmar este convenio con Amadeus. Los sistemas norteamericanos, como el SABRE o GALILEO, son un poco excluyentes pues solo se puede entrar con la línea que ellos ofrecen y en la pantalla aparecen solamente sus opciones. En cambio, el sistema Amadeus exige ciertas normas de protección porque permite ver las variedades y las diferentes ofertas. En el Perú se debería dar más atención a los códigos de conducta que deben normar los sistemas de reserva por computadora pues la informalidad de las agencias de viaje es un tema que realmente agobia a las líneas aéreas.

En estos momentos, según una estadística del Ministerio de Industrias, hay 1,800 agencias de viaje registradas, de las cuáles sólo 400 han cumplido con los requisitos de la ley. Si queremos seriedad, el gobierno debe exigir a las agencias que cumplan con lo que el mismo gobierno exige.

En el convenio bilateral con los Estados Unidos también se ha dejado abierta la posibilidad de definir más precisamente lo que es el "Code sharing" para que no exista la posibilidad de una doble interpretación. "Code sharing" es la posibilidad de una línea de utilizar, con otra línea, segmentos de diferentes rutas con distintos tipos de aeronaves pero con el mismo código en el boleto. Esto da una mayor flexibilidad ,y permite utilizar una mayor capacidad de oferta de la aeronave.

El costo del combustible es uno de los puntos que más preocupó a todas las líneas aéreas, porque significa un sobre costo en la operación aérea. En el Perú el combustible es un 20 a 25% más caro que en los países de la región ,y en algún momento se tiene que pensar en cambiar esta situación. El Gobierno del Perú, sin embargo, está haciendo importantes esfuerzos para implementar los aeropuertos con el apoyo de las líneas aéreas.

Quisiera dejar constancia de que Faucett apoya este tipo de iniciativas y propuestas porque creemos que hay un potencial tremendo en el turismo de naturaleza y es necesario diseñar estrategias inteligentes como las presentadas. Estamos totalmente seguros de que en esta área el Perú se encuentra en las mismas condiciones que los demás países del mundo y nuestra compañía va a seguir haciendo todo el esfuerzo para responder a esta expectativa.

III.2.3 EXPERIENCIAS Y PROPUESTAS PROMOCIONALES

Manuel Hernández Sigut
Gerente general de Iberia

Una de las preguntas que surge es qué elementos son necesarios para que una línea aérea desarrolle una ruta a Iquitos o a algún otro punto amazónico. Hoy día es muy importante el factor económico. Las compañías se plantean con muchísima seriedad la

rentabilidad de las rutas y es muy difícil aventurar rutas nuevas cuando no se tiene la absoluta seguridad, no ya de elementos operativos como la pista, la infraestructura, los elementos de asistencia al avión y los pasajeros, sino sobre todo de su rentabilidad, para no producir un desastre económico. Ese es un factor que se apoya muchísimo en las estadísticas. Es necesario tener conocimiento de hacia dónde se dirigen los flujos y los vuelos y ver si es o no conveniente diversificar un vuelo a Iquitos, dos a Lima, etc.

Mientras tanto, hacemos lo que estamos haciendo en estos momentos, que son acuerdos con otras líneas; nosotros tenemos acuerdos con Faucett, con Aeroperú, con líneas nacionales, para utilizar las rutas de ellos, respetando nuestros tickets, de tal manera que los turistas lleguen con el boleto para Faucett o Aeroperú vendido y puedan volar a esos sitios. Incluso, a veces, llegamos o acuerdos tarifarios para beneficiar a los pasajeros de manera que o bien ellos producen una tarifa especial que les permite visitar todo el Perú por una suma barata, o simplemente tarifamos dentro del mismo ticket. En España nosotros tenemos el "Iberia Abono" que es una especie de pase que se compra cuando se adquiere el billete transatlántico y dá derecho a visitar cuatro puntos de España por el precio irrisorio de 200 dólares, menos de lo que le vale un sólo punto.

¿Cómo aumentar el flujo turístico hacia Perú? Basado en la experiencia diría que uno de los primeros puntos sería la revisión de los precios, tenemos que procurar que el producto no sea caro porque el que viene, si tiene opciones más o menos atractivas, mira el precio. Teniendo en cuenta que la tarifa aérea es un poco más costosa, este problema debe ser considerado por los hoteleros, transportistas, restaurantes, etc. de modo que cuando un tour operador haga un paquete turístico y venda Perú, los precios no se disparen y resulten inaccesibles.

Otro factor es mejorar la infraestructura, tenemos que tener facilidades, buenas carreteras, vuelos con regularidad y puntualidad, para que el turista no se sienta invadido por una desazón tremenda o por riesgos y averías. Esto ya se está logrando en el Perú, hay compañías de transporte terrestre extraordinarias y una red bastante amplia de rutas interiores, muy bien servidas con regularidad y puntualidad.

Crear facilidades y productos añadidos. Un producto añadido que podría ser usado, si no para el turismo receptivo en general, sí para el turismo ecológico, podría ser un carnet de turista. Un carnet que el operador podría vender como un atractivo más al turista, que se le validaría al llegar al Perú en inmigración, con una fecha de entrada y salida y que le daría derecho a visitar muchos sitios como monumentos, museos, etc. y también descuentos en tiendas y restaurantes que se admitiesen como afiliados. Esto es un atractivo, una forma de rebajar el producto y es un gancho, pues casi a todo el mundo le gusta un regalito.

En cuanto a las facilidades, pienso en una muy sencilla. Si bien países europeos exigen al Perú el visado por razones que todos conocemos y que tienen mucho que ver con el índice de paro y con los problemas de trabajo, etc., si Perú no tiene el mismo problema y quiere atraer turismo, se podrían obviar las reciprocidades de exigencias de visado. Un caso concreto es el de República Dominicana; España exige a los dominicanos visado, sin embargo República Dominicana a los españoles no se lo exige. Simplemente necesitan una tarjeta de turismo que es como la de desembarque, con todos sus datos y el pago de 10 dólares. Además, la visa no es un filtro real como tendría que ser, porque uno lleva el pasaporte, paga los 30 dólares y le dan el visado. Si hay países en Europa

que tienen que controlar un poco el flujo de trabajadores, tienen una razón y si se trata de un turista y lleva sus medios, no se la niegan.

Otro factor sería especialización y formación del personal que trabaja en turismo. Se están llevando a cabo cursos por escuela y academias y se está mejorando constantemente la calidad del trabajo de quienes están al servicio del turista.

Diversificación clara del producto. Que haya claridad, de manera que el turista se encuentre perfectamente identificado con lo que es la aventura, el arte, la historia, no una amalgama. A lo mejor hay tendencias, especialidades, estudiosos, amantes de la naturaleza, etc., que cada uno tenga perfectamente diferenciado su tipo de turismo.

Un tema que no se valora en toda su importancia es la promoción de los destinos amazónicos en el área de los viajes de incentivos de las empresas extranjeras. Por ejemplo, la General Electric, que hace unos viajes de incentivo anuales muy importantes, pues viajan 600 o 700 mil personas. Como la mayoría de sea gente a lo mejor, ya ha visto Europa, el Caribe, etc., se les puede decir que tenemos un destino nuevo, muy bonito, original, y eso suele siempre resultar atractivo. Creo que este es un campo que no está explotado y que se podría explotar.

Otro punto que podría ser interesante es el de ofrecer productos de circuito. Hay muchos turistas que vienen de Europa y que en lugar de venir solamente a Santo Domingo, que es un punto de muchísimo tráfico desde Europa, pues viene Europa - Lima - Santo Domingo - Europa. Se ha triangulado el producto, de tal monera que el que venía al Caribe y no pensaba venir al Perú, al ofrecérsele las dos opciones por una diferencia no muy alarmante, se engancha al tren de otro destino. Creo que esto se podría explotar.

Nosotros tenemos con Faucett un acuerdo, que le llamamos el triángulo perfecto: como Iberia no vuela a Miami, pensamos que podíamos captar un sector del tráfico de Miami, y se nos ocurrió que podíamos hacerlo triangulando su producto con el nuestro, que hace un Lima - Santo Domingo. Es una forma simple de engancharnos con un destino que no es nuestro y que sin embargo está teniendo actualmente un resultado estupendo, porque tiene una tarifa atractiva.

Deberíamos, así mismo, incrementar la vigilancia y control de la calidad de los servicios. INDECOPI está trabajando muy seriamente este tema en el Perú, de manera que el turista no se sienta desvalido cuando se le hacen barbaridades por allí, porque en todos lados ocurre. Creo que por parte del gobierno, con la colaboración del sector privado, se podría proveer de material impreso, abundante y de medios audiovisuales a los Consulados en el extranjero, de tal manera que pudieran coordinar con las líneas aéreas y los tour operadores que vienen hacia estos destinos y promocionar intensamente los destinos ecológicos. Estos organismos deberían estar dotados de un presupuesto adecuado porque no se puede trabajar sin dinero. La mejor forma de vender es por la imagen.

En resumen yo diría que no conozco un país con mayor capacidad turística que Perú, por su extensa variedad de productos a ofrecer, pero la dinámica de la industria turística exige acelerar la puesta a punto de esos productos, aprovechando el flujo positivo que actualmente existe que es real. Concretamente Iberia pondrá una tercera frecuencia de DC-10. Como hay tráfico, hay demanda y entonces hay necesidad de un tercer avión. Eso

significa crecimiento e incremento del turismo y es responsabilidad de todos, de que trabajemos juntos y sin descanso.

III.2.4 EL ECOTURISMO: UNA BUENA FORMULA PARA ARMONIZAR RENTABILIDAD, CONSERVACION Y DESARROLLO SOCIAL

Lawrence Bishop
Yacumana Lodge -Loreto, Perú

Soy el creador del Yacumana Lodge, un hotel lejano en la selva amazónica del Perú que emplea aproximadamente 34 personas, donde se realiza reciclaje, manejo de desperdicios y agricultura orgánica.

Mi objetivo es establecer un proyecto autosostenido y rentable de conservación ecológica por medio del ecoturismo. En mi opinión, la conservación ambiental debe buscar sus propios medios y debe saber competir con las otras empresas que explotan diversos recursos.

Con la emergencia del ecoturismo como un negocio rentable y que genera dividendos, hemos encontrado una buena fórmula para implementar el cuidado de la naturaleza en forma efectiva.

Para comprender cabalmente este proceso hay que abandonar los escritorios y el lujo de las torres de los gobiernos y de las academias y realmente descender a hacer el trabajo en el terreno, que es donde en realidad toda la implementación se lleva a cabo.

He sido testigo de la transformación milagrosa de este país en los últimos años y de cómo se han ido solucionando los problemas durante el gobierno del presidente Fujimori, de manera que mientras describo los problemas que se enfrentan en esta industria, no pretendo mostrar una actitud negativa en relación al Perú. Todos los países enfrentan problemas relacionados con la lucha contra la corrupción, la contaminación, el racismo y el descuido de las comunidades nativas.

Para el manejo de un recurso tan grande y vasto como la Cuenca del Amazonas hay que considerar muchos aspectos. Sin embargo, pienso que todo gira en torno a dos principios básicos: la gente y la economía.

Para poder explotar exitosamente este recurso es necesario encontrar un balance entre las necesidades de la economía de las naciones y las necesidades de los habitantes indígenas de la zona amazónica.

Si todos los países se unieran para trabajar juntos, yo pienso que habría una gran esperanza para la región amazónica, porque todas las formas de explotación serían congruentes si todos se pondrían de acuerdo.

Todas las actividades, como las actividades comerciales de pesca, la producción de petróleo, de hospedaje y de ecoturismo, están básicamente en competencia dentro de la

misma región y las actividades de los otros tienen un fuerte impacto en las diversas áreas, aún en las más remotas.

Para poner en marcha el ecoturismo necesitamos la asistencia del gobierno para poder crear una atmósfera que atraiga realmente la inversión. Necesitamos también desarrollar un plan maestro para el manejo del territorio y los recursos que identifique cuáles son las áreas en las que se puede operar, de manera que tengamos una responsabilidad en las operaciones y no un conflicto perpetuo de intereses.

El factor más negativo para la inversión en ecoturismo es el riesgo de no tener una recuperación adecuada. Considerando que a largo plazo puede ser posible una recuperación de lo invertido, los riesgos que se producen mientras se van desarrollando los proyectos no son tan fácilmente predecibles.

Las áreas que el turista quiere ver son las áreas vírgenes y muy alejadas. En mi caso, por ejemplo, yo tengo que transportar alimentos y víveres a lo largo de más de 200 kilómetros por bote, hay necesidad de apoyo logístico y eso cuesta. Cuando se habla de una inversión de cien mil dólares se está muy lejos de la realidad. Durante los últimos tres años he invertido alrededor de un millón y medio de dólares de mi capital personal, creando lo que podría calificarse como un experimento muy esencial para el desarrollo y la preservación de la cultura y del medio ambiente.

El ecoturismo depende mucho de la atracción que se ejerce sobre la gente para que la gente llegue a visitarnos, de manera que pienso que el millón y medio de dólares que he gastado en crear esta instalación tiene muy poco valor si lo comparamos con el valor natural en el cual está localizado. Uno de los grandes riesgos que enfrenta todo operador e inversionista es el de tener control y responsabilidad de un área adecuada para poder asegurar que el negocio va a ser duradero.

Yo, personalmente he tomado un riesgo financiero que considero que no todo inversionista se atrevería a tomar; en realidad lo he hecho guiado por una filosofía personal, y pienso que esta actitud es un pre-requisito para toda inversión.

He podido constatar que la mayoría de los parques nacionales, quizás con la excepción de Costa Rica y las Islas Galápagos, están siendo víctimas de saqueos y de intrusiones ilegales. Estos problemas, surgen generalmente a causa de la pobreza y cualquier solución debe ir de la mano con el problema social. Cuando uno vive en las áreas remotas de la selva, es realmente indignante descubrir que alguien está robando para poder sobrevivir. Esto se complica aún más debido a la transposición de jurisdicción entre las agencias gubernamentales, de manera que ninguna de ellas sabe quien es realmente el responsable para tomar una decisión.

Sin embargo, pienso que existe la posibilidad de encontrar solución a los problemas económicos, ambientales y sociales. Esta solución podría ser algo que yo llamo una privatización privilegiada. Es una forma de propiedad privada basada en una fórmula definida de responsabilidades, en la que cualquier incumplimiento o descuido terminaría con el contrato de propiedad privada.

Las condiciones para un buen funcionamiento del negocio ecoturístico son fundamentalmente las siguientes: un Plan Maestro para la utilización de la tierra, hacer

cumplir las leyes existentes, ubicar los fondos y atraer la financiación necesaria, identificar las necesidades en medio ambiente, medicina, agricultura y nutrición, solucionar el factor de riesgo preservando las áreas tal cual están y, finalmente, solucionar el problema de la explotación de los recursos restringiendo el uso del territorio.

La propiedad privada de pequeñas tierras de eco-preservación soluciona de inmediato el riesgo del retorno de la inversión, porque se tendría el control del uso de la tierra de acuerdo con las leyes del contrato privado de propiedad. De esta manera se podría garantizar el uso perpetuo para el turista. A cambio de ello, el operador debe realmente comprometerse a ayudar a solucionar los problemas sociales y económicos de la región.

No es necesario que el gobierno expropié fondos para poder preservar y mantener las áreas naturales, es preciso que los mismos habitantes locales que son los responsables, quizás de los peores daños que ocurren en la zona, se den cuenta que esa área es intangible y que ganarían mucho más si cooperaran en su protección. Este tipo de cooperación requiere diálogo y educación.

En el caso concreto del lodge de Yacumama, la participación en las utilidades se realiza tomando 15 dólares de cada turista que visita el lugar y colocándolo en un fondo comunitario. A pesar que en realidad nadie vive en esta zona protegida, nosotros compartimos este recurso con ocho aldeas de aproximadamente mil familias, sobre un terreno de 300 millas cuadradas. El jefe de cada aldea nos presenta sus necesidades en cuanto a nutrición, educación y salud y con ellos aprobamos la utilización de los fondos.

Algunos de los logros obtenidos con este sistema son los siguientes: la perforación de dos pozos de agua dulce y el suministro de bombas de extracción de agua; construcción y apoyo al abastecimiento de dos puestos médicos; construcción de tres nuevos colegios; obras de reparación en otras tres escuelas; compra de útiles escolares para más de mil quinientos niños de uno a seis años; construcción de una granja de pollos en funcionamiento; auspicio de numerosos eventos y partidos de fútbol con diversos premios.

Se ha proporcionado apoyo en situaciones de emergencia, como la donación de toneladas de alimentos durante las épocas de crisis por inundaciones; la contribución de 5 mil dólares para ayudar al Ecuador a limpiar el derrame de petróleo en el río Napo; así como numerosos servicios médicos y botes para emergencias médicas.

Obviamente, muchos de estos proyectos se llevaron a cabo durante la fase de construcción de nuestro lodge; antes de que pudiéramos tener la posibilidad de ingresos. Si se intenta reproducir este modelo sería recomendable tener un presupuesto adecuado.

Después de quinientos años de colonialismo las palabras y las promesas de los foráneos y particularmente de la gente blanca, no son tomadas en serio por los habitantes de la región, todavía existe mucha desconfianza.

A pesar de que somos conscientes de que vivir en la selva a veces es una experiencia traumática, nos sentimos muy reconfortados por el nivel de aceptación que hemos tenido. Estamos trabajando con un gran número de indígenas como imagino muchos blancos no han tenido la oportunidad de hacerlo.

Este acercamiento que logramos nos ayudó para poder reclutar como mano de obra a más o menos cien hombres y a trabajar conjuntamente con ellos por dos años y medio, bajo condiciones extremas. podría completar muchos cuentos con tantas experiencias e historias de valor, engaño, compasión, humor....

Cuando definiendo la necesidad de una especie de privatización , uno de las partes más importantes es el compromiso del propietario-operador en dar participación en las utilidades. Porque, de otra manera sería realmente una especie de colonialismo disfrazado. Así como el ecoturismo necesita estar libre de otras formas de explotación de los recursos, las comunidades indígenas necesitan sentirse libres de cualquier tipo de explotación por parte de los operadores de ecoturismo.

Nuestro objetivo como propietarios en el ecoturismo se centra principalmente en la conservación y preservación del medio ambiente, objetivo imposible de cumplir sin la cooperación de todos los actores locales. De esta manera todos pueden ganar. El Gobierno, mediante el ahorro que significa gastar en mantenimiento, protección, educación y servicios sociales; los operadores porque tendrían garantías en cuanto a los riesgos de su inversión hacia el futuro; las comunidades indígenas porque pueden beneficiarse de una participación de utilidades sobre un recurso que en realidad les pertenece; y, finalmente, el medio ambiente porque podríamos conservar un importante ecosistema del que depende nuestro futuro.

III.3 LINEAMIENTOS PARA EL DESARROLLO DE UN PROYECTO DE TURISMO SOSTENIBLE

Carlos Lecca Arrieta
Coordinador de la CETURA del Tratado de Cooperación Amazónica

Intentaré plantear los principales criterios y lineamientos que se han tenido en cuenta para la preparación del proyecto sobre Ecoturismo que se está presentando a la III Reunión Ordinaria de la CETURA, en base a los trabajos y a la experiencia desarrollados a nivel de la Coordinación de la Comisión Especial de Turismo de la Amazonía.

En primer lugar quisiera hacer referencia a un estudio elaborado por encargo de la OEA que señala que, pese a la insuficiente disponibilidad de información estadística sobre la demanda turística, podría estimarse un ritmo inicial de crecimiento del turismo amazónico entre 12 y 20 % anual, que luego se estabilizaría entre un 9 y 15 %.

El estudio indica que la mayoría de las empresas que dan servicios en el área son nacionales, hay muy pocos con capitales extranjeros mixtos de origen europeo o estadounidense. La integración a nivel de la región es prácticamente inexistente, sólo dos empresas dedicadas al turismo de aventura tienen sucursales en otros países amazónicos.

Es poco lo que se conoce todavía sobre el perfil del turista con interés en la Región Amazónica y sobre su opinión sobre los viajes realizados. Sin embargo, de acuerdo al estudio señalado, las principales variables que estarían limitando el crecimiento del producto turístico amazónico son: deficientes facilidades de acceso (58 %), imagen

negativa del país o de los países limítrofes (42 %), falta de marketing y promoción (40 %), escasez de alojamiento (36 %), elevados costos operativos (34 %), desinterés de los gobiernos de la región (29 %) y poca integración del sector turismo (20 %).

Dicho informe señala, asimismo, que los principales países con llegadas de ecoturismo en el mundo, son Costa Rica, Kenia, Tanzania y Nepal. Los principales factores que explicarían este logro, serían: un sistema ejemplar de parques nacionales; facilidades de acceso a las zonas protegidas y cercanía entre las mismas (en el caso de Costa Rica, además, la relación estrecha entre investigación científica y ecoturismo); buenas conexiones aéreas; excelentes instalaciones de alojamiento; y paquetes muy atractivos. Los principales problemas observados son: la sobreventa; falta de políticas tarifarias para favorecer el turismo nacional; carencia de guías especializados; conflicto de interés entre desarrollo y conservación (Costa Rica) y elevada duración de los paquetes (caso de Nepal, Kenia y Tanzania). Como argumentos de fuerza, para el caso de Costa Rica, señala su cercanía a EE.UU. y el ser considerado mundialmente como destino piloto en ecoturismo; para Kenia y Tanzania, su abundante vida silvestre de especies grandes; y para Nepal, la combinación óptima de selva, actividades y cultura.

No existe todavía suficiente información procesada que permita conocer los costos y variables para determinar la justificación socio-económica de la inversión en ecoturismo como instrumento de desarrollo sostenible, que conviertan esta actividad en algo atractivo para los inversionistas, especialmente teniendo en cuenta la estacionalidad de la demanda y la falta de planes que cubran los períodos de baja. Además hay que tener en cuenta que en la Amazonía no se valorizan adecuadamente los costos locales, en especial los referentes a materiales, mano de obra y participación de las comunidades nativas.

Adicionalmente, diversos estudios sobre la Región Amazónica muestran la presencia de numerosas poblaciones indígenas que poseen una gran diversidad de culturas y la existencia de casi todos los pisos ecológicos, que comprenden tanto zonas muy altas como llanuras, que dan lugar a una enorme diversidad biológica. Estas y otras características que ya han sido señaladas y que representan una enorme variedad de atractivos turísticos, deben sustentar una estrategia basada en la conformación de circuitos turísticos que abarquen dos o más países.

Los informes recibidos en las reuniones de la CETURA muestran que todos los Países Parte desean participar activamente en un proyecto de turismo sostenible. Sin embargo, se observa que el grado de participación, así como de coordinación entre las entidades gubernamentales y el sector privado no es igual en todos los países, respondiendo a las diversas prioridades que cada uno de ellos otorga al turismo en general y al turismo amazónico en particular. Estos diferentes grados de participación afectan, necesariamente, la estructuración unitaria de un proyecto, así como su ritmo de ejecución.

También se puede apreciar que habiendo consenso respecto a la importancia de los Parques y las Zonas Reservadas, existen diferentes criterios para determinar la localización de los proyectos pilotos, así como avances diferentes en la determinación de áreas de Parques Nacionales y Reservas Nacionales, incluyendo la determinación de políticos y la normatividad para el desarrollo del ecoturismo, aspectos que deberán ser estudiados.

Otro aspecto a ser tomado en cuenta es la existencia de factores que determinan la urgencia de acciones y estrategias que combinen objetivos de corto, mediano y largo plazo, como son las actividades productivas depredadoras y las crecientes corrientes migratorias indiscriminadas hacia la región.

En este sentido hay que considerar, igualmente, el crecimiento desordenado del turismo y la importancia creciente de un ecoturismo mal entendido, que da lugar a iniciativas mal concebidas que deterioran el medio ambiente y los propios recursos turísticos que se quieren proteger.

Esta situación nos lleva a considerar que en la estrategia de trabajo, no sólo deben favorecerse estudios para inversiones futuras, sino dar respuesta a los urgentes problemas que plantean el marco legal y la consolidación y desarrollo de la oferta actual. Ello sólo será posible si se trabaja simultáneamente y en forma gradual la promoción, la comercialización, la capacitación y participación de la población local.

Es por ello que la búsqueda de fórmulas de co-inversión privada en los proyectos, que posibiliten la presencia de las organizaciones empresariales de los principales países emisores y de los países del TCA, particularmente de las poblaciones locales y de nativos, podría ser un instrumento para lograr el nivel de inversión requerida, el nexo con los mercados y una forma de integración económica entre los países del TCA.

Teniendo en cuenta que cada país tiene un grado diferente de desarrollo y avance en sus planes, un proyecto conjunto no puede constituirse en un factor perturbador de su acción, por el contrario, las experiencias que resulten de su aplicación deberán permitir la reproducción del modelo con el consiguiente impacto positivo para cada uno de los países involucrados.

El esfuerzo de la CETURA tendrá que ser el de estructurar los objetivos y definir las acciones comunes, a fin de obtener resultados de beneficio común a los países, como podría ser, para empezar, el proporcionar información y elementos de juicio a las CENTURAS y en especial a las entidades de Gobierno, para que las decisiones que tomen en sus países tengan en cuenta las experiencias existentes.

Es necesario estudiar y verificar la viabilidad económico-financiera y social de las inversiones a partir de la oferta existente y de los proyectos pilotos, en especial cuando en la generalidad de los casos, los costos locales están subvaluados. Debe tenerse en cuenta, asimismo, la rentabilidad de las inversiones frente a otras alternativas a fin de mostrar que el ecoturismo es efectivamente la actividad más apropiada para combinar los objetivos de conservación del medio ambiente, mejoramiento de la calidad de vida de las poblaciones locales y el reconocimiento y participación de los grupos nativos.

Al respecto, el proyecto de la CETURA debe considerar un sistema adecuado de interrelación con las otras Comisiones Especiales de la Secretaria Pro Tempore del TCA, en especial con las referidas a Medio Ambiente, Asuntos Indígenas y Transporte e Infraestructura.

En virtud de lo expuesto, el proyecto que se presenta a la III Reunión de la CETURA se propone, como objetivo general, desarrollar la oferta y la demanda del ecoturismo amazónico, fortaleciendo el producto actual y los mecanismos de comercialización, así

como identificar y promover futuras inversiones, cuidando el mantenimiento del medio ambiente y los valores culturales.

1. Orientaciones Metodológicas para la Ejecución del Proyecto:

Entre las orientaciones más importantes están:

a) Emplear el sistema de estudio y experimentación sobre situaciones reales en los Proyectos Pilotos, cuya localización y caso específico será definida y reconfirmada por cada país Parte.

Estos Proyectos Pilotos permitirán efectuar diversos trabajos de comprobación y medición, así como la obtención de información útil para definir la dimensión de las inversiones, la gestión e implementación de futuros proyectos y la capacitación del personal.

b) Conducción centralizada y vinculada a los objetivos estructurales del proyecto y apoyo para que los países apliquen los resultados en sus propios planes y estrategias, estimulando el desarrollo de la nueva oferta con co-inversiones o estrategias de comercialización y desarrollo de oferta de carácter Regional.

c) Intercambio de información sobre las metodologías a seguir para su mejoramiento, así como para la sugerencia de normas y políticas que permitan lograr efectos dinamizadores y multiplicadores.

d) Replanteamiento total del rol de las CENTURAS, otorgándoles una función de facilitación de la coordinación y de convocatoria, así como de asesoramiento y de seguimiento. La utilización de las CENTURAS contribuirá al fortalecimiento de las coordinaciones entre entidades del país vinculadas con el turismo amazónico

e) Concentrar los esfuerzos en la ejecución de estudios y acciones vinculados a los factores que determinan los casos exitosos en los países de mayor demanda turística.

El proyecto presentado tiene los siguientes objetivos específicos:

a) Lograr un conocimiento integral de una empresa ecoturística o proyecto en marcha, optimizando su gestión y sus resultados. Por intermedio de los Proyectos Pilotos y/o empresas vinculadas al ecoturismo, adquirir un conocimiento realista de las inversiones necesarias, costos, administración, y servicios que se proporcionan, requerimientos de calificación de personal, relaciones con autoridades locales. Este conocimiento deberá ser difundido y servir de base para el trabajo de los talleres locales y regionales.

b) Fortalecimiento del producto para atender la demanda. En base a la oferta existente en la región y a la incorporación de medidas para optimizarla, derivadas de las experiencias de los Proyectos Pilotos, lograr proporcionar un óptimo servicio al turista y desarrollar los productos necesarios para atender la creciente demanda en armonía con el medio.

c) Participación organizada de los grupos indígenas. Lograr, en lo posible, que las empresas de servicios turísticos de la Amazonía cuenten con la conducción y/o participación de los grupos indígenas.

d) Fortalecer las CENTURAS con el intercambio de experiencias. Procurar que en toda acción, en especial en los talleres nacionales y regionales, se tenga en cuenta la necesidad de intercambiar experiencias e información y se logre la participación de las instituciones y empresas vinculadas con el turismo.

e) Concertación para la uniformidad de políticas y normas nacionales respecto al ecoturismo. Como resultado de los estudios, talleres y del trabajo de los Proyectos Pilotos, contribuir a la elaboración y sancionamiento de las normas legales que viabilicen el desarrollo del ecoturismo.

f) Control de impactos del ecoturismo en el medio ambiente. Establecer una metodología adecuada para la medición de impactos en el medio ambiente, tanto de la actual oferta turística como de la implementación de los Proyectos-Piloto. Dicho estudio deberá aplicarse a todos los elementos que son incorporados al escenario amazónico, como la carga de turistas, construcciones, etc., con el objeto de tomar las medidas correctivas y preventivas en las empresas actuales y en las futuras inversiones.

g) Conocimiento de la demanda de los mercados y aplicación de estrategias de comercialización apropiadas. Tener un conocimiento adecuado de los mercados emisores, así como del perfil del ecoturista amazónico a fin de lograr un incremento creciente de la demanda de productos ecoturísticos de la región, capaz de sustentar nuevas y numerosas inversiones.

h) Promoción de Inversiones. Difundir las nuevas posibilidades y estimular nuevas inversiones, en especial de co-inversiones regionales, que permitan incrementar la oferta de servicios de ecoturismo.

i) Capacitación. Desarrollar programas de capacitación en base a los resultados de los trabajos en los Proyectos-Piloto, del intercambio de experiencias y de los estudios que se realicen para incrementar y mejorar la oferta actual.

j) Educación y creación de conciencia ecológica. Lograr que la población amazónica y la ciudadanía en general, en especial los niños y jóvenes, tomen conciencia de la importancia del medio ambiente y de los recursos de la Región Amazónica y contribuyan a su mantenimiento y conservación.

2. Organización y Gestión del Proyecto Presentado en la III Reunión de la CETURA

El Proyecto busca proporcionar una asistencia técnica especializada en la Amazonía y convertirse en un medio de formación de expertos locales y regionales en ecoturismo amazónico.

Será formulado por un consultor o empresa consultora con experiencia internacional, en consulta con representantes de los Países. Tendrá como país sede el de la SPT y estará bajo supervisión de la SPT la que dará cuenta a las Partes involucradas.

Las actividades en cada país se desarrollarán bajo la dirección de un Coordinador Nacional, experto en turismo y con experiencia en el uso de mecanismos participativos. Cada Coordinador Nacional contará con la posibilidad de recurrir a asesorías y participará en el Comité de Gestión del Proyecto.

En cada país Parte del TCA involucrado en el Proyecto, se debe constituir una Comisión Especial Nacional de Turismo de la Amazonía (CENTURA) como instrumento operativo donde se integran los sectores nacionales, tanto públicos como privados, de turismo, medio ambiente y asuntos indígenas. Estas CENTURAS se constituyen como mecanismos de coordinación interinstitucional para facilitar las labores de los Coordinadores Nacionales en sus respectivos países, facilitar acuerdos, implementar acciones, hacer seguimiento de los avances del Proyecto, así como apoyar en su supervisión. Serán convocadas por el Coordinador Regional (CENTURA), por el Director de Turismo de cada país o por la autoridad designada oficialmente para ello.

A las reuniones asisten los representantes del medio ambiente, asuntos indígenas y turismo, tanto público como privado, que conformen las CENTURAS.

El Proyecto contará con una oficina por país a ser localizada en el Area de Intervención, es decir donde se desarrollará el Proyecto Piloto.

Las CENTURAS se reunirán periódicamente para evaluar los avances, tomar conocimiento de la ejecución, planificar las acciones futuras y buscar consensos respecto a la necesidad de normas de perfeccionamiento del marco legal y de la ejecución de inversiones. También se aprovecharán los diversos talleres nacionales y regionales.

La duración del Proyecto sería de dos años, con cuatro fases, no necesariamente secuenciales:

a) La primera desarrollaría el plan de trabajo preliminar para el logro de cada objetivo, así como los primeros anteproyectos de formatos, metodologías, etc. relacionados al plan preliminar, los que serán puestos a consideración de las Partes involucradas por la vía diplomática y también de las CENTURAS por medio de coordinaciones directas y aprovechando los talleres nacionales (6 meses).

b) La segunda estaría orientada al conocimiento y fortalecimiento de la oferta, la evaluación de los impactos, el conocimiento de la demanda, campañas de educación y conciencia ecoturística amazónica, estudio de la demanda interna y programas de capacitación (incluyendo la intermedia). Gran parte de la información cuantitativa y cualitativa podría obtenerse en los talleres (8 meses).

c) La tercera se concentraría en la comercialización del producto, especialmente en el exterior, en el diseño de campañas para incentivar el turismo dentro de la región y en el desarrollo de planteamientos específicos de estudios de ecoturismo a nivel universitario (8 meses).

d) La cuarta consistiría en la promoción de las inversiones para ampliar la oferta del ecoturismo amazónico (8 meses).

El financiamiento del proyecto sería en base a fuentes de cooperación internacional y aporte de los países Parte involucrados en el mismo.