

# ECOTURISMO SOSTENIBLE

## UNA CARACTERIZACIÓN DEL POTENCIAL QUE TIENE COLOMBIA EN LA UNIÓN EUROPEA: LA DEMANDA

Henry Garay Sarasti<sup>1</sup>

### INTRODUCCIÓN

El objetivo principal de este estudio es la caracterización y determinación cualitativa y cuantitativa del potencial en ecoturismo, con énfasis en el componente de la biodiversidad, que tiene Colombia en los países de Europa Occidental.

En primer lugar se realiza una aproximación teórica al concepto de Ecoturismo, con el fin de precisar los términos a utilizar y cumplir con uno de los objetivos específicos de este estudio. Aquí se plantean las diferentes acepciones de este término y se ilustra su equivalente en el vocabulario de la industria del turismo. En segundo lugar, se presenta la evolución que ha tenido lugar para pasar del término de desarrollo sostenible en 1987 a las consecuencias prácticas en la industria del turismo internacional actual. Allí se presentan los principios del turismo sostenible tal y como son concebidos por la industria actual. Se presenta la propuesta de Ecoturismo desarrollada y adoptada en este estudio y que atiende estrictamente sus objetivos, como respuesta a la ausencia de una definición universalmente aceptada. De aquí en adelante se opta por la utilización del término: Turismo de Naturaleza.

Se presenta la metodología desarrollada y utilizada ante la ausencia de información precisa y específica sobre el tema de estudio, tanto para la caracterización de la demanda como para la estimación de esta. Para la caracterización de la demanda, debido a su complejidad, se incluye una ampliación de aspectos metodológicos que explican los pasos seguidos. Es aquí donde se presentan los rasgos importantes del turismo de naturaleza, basándose en los circuitos turísticos que actualmente están teniendo lugar en Colombia y su zona de influencia. Dentro de las variables se consideran las siguientes: duración en días de los circuitos, países recorridos por circuito, precio en dólares por circuito, gastos locales por circuito y tipo de alojamiento ofrecido en cada circuito. Entre las variables cualitativas se tratan las siguientes: biodiversidad, diversidad de pisos térmicos, historia y cultura, sol y playa y actividades deportivas. El resultado de este análisis es una caracterización sustentada con información real y de actualidad.

<sup>1</sup> Consultor privado. ECONAT Ltda. 2328754. E-mail: [hgaraysp@bbvnet.co](mailto:hgaraysp@bbvnet.co)  
Con la asistencia de *Rocío del Pilar Moreno* Investigadora, Programa de Política y Legislación Ambiental, Instituto Humboldt. E mail: [rmoreno@humboldt.org.co](mailto:rmoreno@humboldt.org.co) y *Jorge Higinio Maldonado* Profesor - Investigador Facultad de Economía, Universidad de los Andes. E mail: [jmaldona@uniandes.edu.co](mailto:jmaldona@uniandes.edu.co)

Para la estimación de la demanda potencial de turismo de naturaleza, se establecen tres diferentes niveles de la zona de influencia de Colombia, que corresponden a distintos alcances de una eventual política de fomento y desarrollo de este tipo de turismo. En primer lugar se realiza un análisis de las llegadas de europeos a las regiones, entendidas estas como Caribe, Centro América y Sur América. En segundo lugar se realiza el análisis para una Subregión definida por el estudio y que comprenden los países limítrofes de Colombia y desde los cuales se podría derivar turistas, dadas las características del turismo europeo en estas regiones, señalado en la caracterización. Finalmente, se considera la situación de Colombia como el escenario más inmediato. Para tal fin, se realizaron proyecciones tanto del número de turistas a la Subregión y Colombia, así como de los ingresos que generan. El período proyectado corresponde a los cinco años siguientes al último dato disponible de la Organización Mundial del Turismo (OMT). Se hace especial referencia a la certificación, presentando las opciones existentes dentro de la industria del turismo, aunque ninguna de ellas para turismo de naturaleza o ecoturismo en particular, puesto que no existen. Finalmente, se presentan las conclusiones generales del estudio.

### Una Aproximación al Ecoturismo

Previamente a definir lo que es ecoturismo, es importante señalar la definición de turismo hecha por la industria:

*“Turismo comprende las actividades de personas que viajan a lugares, fuera de su entorno usual, por no más de un año consecutivo, ya sea por motivos de placer, negocios u otro tipo” (World Travel and Tourism Council, 1995).*

La anterior es una definición realizada por la OMT para unificar criterios en el manejo de estadísticas en la industria del turismo. Ahora bien, el término Ecoturismo no ha sido definido de forma universalmente aceptada hasta la fecha<sup>2</sup>. Según los distintos autores y entidades que hacen uso de éste, se le asigna interpretaciones diferentes. En primer lugar, existe la tendencia generalizada a interpretarlo con un tipo de turismo. Sin embargo, esta asociación tiene diferentes connotaciones, según se realice desde enfoques diferentes. Desde el enfoque conservacionista se le considera un tipo de turismo, entre los varios que existen, como pueden ser agroturismo, deportivo, de aventura, etc. Desde el enfoque empresarial de la Industria del Turismo, este concepto no se interpreta como un tipo de turismo, sencillamente no se considera en absoluto. Esta situación obliga a ocuparse de situar claramente los propósitos que existen detrás de cada interpretación de Ecoturismo, para poder elaborar un análisis de lo que sería un potencial para Colombia en esta materia.

Se puede hablar de diferentes aproximaciones al concepto de Ecoturismo, las cuales corresponden a enfoques distintos de la misma realidad así:

#### *Enfoque Normativo.*

Tiene su origen en el movimiento conservacionista, desarrollándose en el ámbito académico y con una reciente proyección en la legislación colombiana. Las defini

<sup>2</sup> “Más aún, se carece de una definición cuantificable de ecoturismo, universalmente aceptada”.

ciones que se tienen de Ecoturismo en este enfoque, hacen énfasis en el desempeño ambiental de las actividades turísticas realizadas en determinados entornos naturales, con el fin de adjudicar una calificación aprobatoria o reprobatoria.

Es así como por ejemplo la definición de la The World Conservation Union, o la Unión Mundial para la Conservación, por sus siglas en inglés (IUCN) dice:

*“Viajes y visitas ambientalmente responsables a áreas naturales con poca intervención, con el propósito de disfrutar y apreciar la naturaleza, que promueve la conservación, tiene un bajo impacto de visitantes y permite el beneficio socioeconómico de las poblaciones locales” (Ceballos, 1996).*

Se hace referencia a que el espacio donde tiene lugar el Ecoturismo es en áreas con relativa poca intervención. Se excluyen aquellas áreas altamente intervenidas como pueden ser los espacios naturales europeos o japoneses. En cuanto a las actividades que se permiten realizar, la definición es bastante ambigua, pues disfrutar la naturaleza se puede hacer de muy distintas formas, así como apreciarla. En cuanto al desempeño, se considera que debe promover la conservación desde el punto de vista ambiental y el desarrollo de las poblaciones locales desde el punto de vista socioeconómico. En resumen, es una definición totalmente normativa.

La Sociedad de Ecoturismo tiene una definición en la misma dirección, pero menos extensa:

*“Ecoturismo es el viaje responsable a áreas naturales, que conserva el medio ambiente y apoya el bienestar de las comunidades locales”<sup>3</sup>*

La Ley 300/96<sup>4</sup> en Colombia presenta una definición normativa pero más flexible que las anteriores y sobre todo, orientada a las actividades que puede realizar el turista:

*“Ecoturismo es el turismo especializado y dirigido que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible. Busca la recreación, el esparcimiento y la educación del visitante a través de la observación, el estudio de los valores naturales y de los aspectos culturales relacionados con ellos.”*

El espacio donde la Ley considera que tiene lugar el ecoturismo son aquellas áreas con un atractivo natural especial, independientemente del grado de intervención. En cuanto a las actividades que se pueden realizar, es más precisa que sus predecesoras: recreación, esparcimiento y educación; a través de la observación y el estudio de los valores naturales y aspectos culturales conexos. En cuanto al desempeño, simplemente se limita a enmarcarlo dentro del Desarrollo Humano Sostenible. Este enfoque normativo se preocupa de crear requisitos para optar al título de Ecoturismo. Se llega incluso a decir que en general el turismo de natura-

<sup>3</sup> www.ecotourism.org. Dirección : Northbennigton, VT05257.

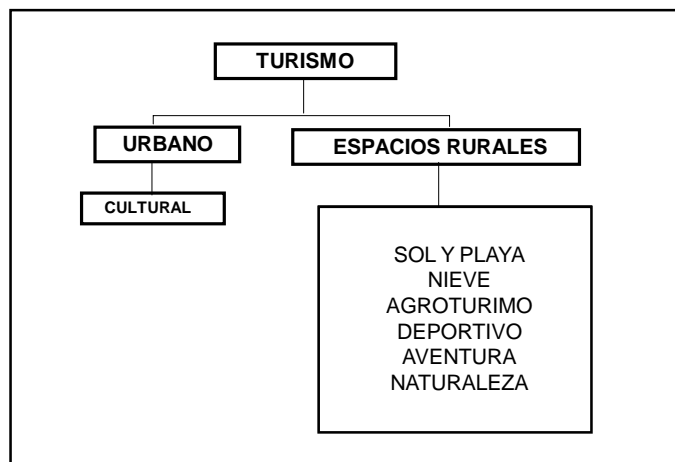
<sup>4</sup> Hasta el momento no se ha reglamentado la Ley 300/96 en lo concerniente a ecoturismo según información obtenida verbalmente de las Oficinas Jurídicas de los Ministerios de Desarrollo Económico y Medio Ambiente.

leza puede ser Ecoturismo en la medida que no genere impacto ambiental por sobrecarga de las áreas, independientemente de las actividades que se realicen, ya que las mismas pueden ser o no consideradas como Ecoturismo, el elemento catalizador es la buena o mala gestión que realice el encargado de la administración, no el turista. Se advierte un distanciamiento significativo de estas definiciones, con la dinámica propia y real de la industria del turismo, pues ésta no funciona con condicionamientos, sino que fija su clasificación de tipos de turismo en función de las actividades realizadas, no del desempeño ambiental de éstas.

### *Enfoque Positivo*

En contraste a la normatividad, la industria del turismo ha creado una clasificación de los distintos tipos de turismo, basándose en la observación de las actividades realizadas preferentemente por los turistas en distintos entornos físicos, entre los que obviamente se encuentran los naturales. La racionalidad predominante en este enfoque es la del mercado, es decir, se desarrollan nuevos productos en función de los requerimientos de la demanda, y éstos se consolidan en la medida que logran una clara diferenciación que es merecedora de una clasificación específica. Así, para la industria del turismo, el Ecoturismo no existe como tipo de turismo, más bien se considera como una categoría etérea que sugiere muchas cosas, entre ellas, algunas características de distintos tipos de turismo realizado en entornos naturales. Se prefiere hablar de turismo de naturaleza para significar lo que de alguna manera pretende señalar la Ley 300/96 cuando hace referencia al espacio en que tiene lugar el ecoturismo, pero sin considerar el componente claramente normativo de ésta.

Desde esta perspectiva, en la industria del turismo se advierte una clasificación por tipos de turismo en función de las actividades diferenciadas que se realizan (Figura 1):



**Figura 1.** Tipos de turismo

## **DESARROLLO SOSTENIBLE Y TURISMO**

El desarrollo sostenible es el propósito que se ha impuesto la sociedad moderna para conciliar los intereses de crecimiento económico con mejores condiciones de vida. En 1987 la comisión Brundtland, creada por las Naciones Unidas, establece el concepto de desarrollo sostenible como la base de un enfoque integrador de la

política económica de las próximas décadas. A partir de entonces el interés social por la protección del medio ambiente ha encontrado un espacio común con las necesidades de crecimiento económico, dando lugar a cambios significativos en las variables que determinan el entorno empresarial en los países desarrollados. El desarrollo sostenible parte de la premisa según la cual las condiciones medioambientales que encuentra cualquier actividad productiva antes de su proceso, deben mantenerse por lo menos igual después de éste, para de esta forma garantizar que en la atención de las necesidades de la generación actual no estemos comprometiendo la posibilidad de que generaciones futuras satisfagan las suyas.

Después de la Comisión Brundtland el otro hecho histórico que significó un gran impulso al proceso de integración entre la protección del medio ambiente y el desarrollo de actividades productivas, fue la Costumbre de la Tierra en Río de Janeiro en 1992. Como consecuencia inmediata de esta gran cumbre se produjo un documento que recoge las actividades que han de realizarse en conjunto por parte de todas las naciones participantes, con el propósito de enmendar algunos daños ya realizados al medio ambiente y sobre todo reconvertir los procesos que en la actualidad están ocasionando un impacto negativo importante. Este documento que abarca todas las actividades productivas de las economías modernas es conocido como la Agenda 21. En este documento se identificó el turismo como una de las únicas industrias que pueden hacer una contribución positiva a conseguir un planeta más saludable. A este respecto en la Agenda 21 se afirma que el turismo “al ser la industria mayor en el mundo, tiene el potencial para llevar a cabo mejoras medioambientales y socioeconómicas, además de aportar contribuciones muy importantes al desarrollo sostenible de las comunidades y países en los que opera”<sup>5</sup>. Su potencial radica, según el documento, en los incentivos económicos que crea para proteger recursos con poco o ningún otro valor financiero, tales como especies únicas de animales, áreas naturales y monumentos culturales.

La industria del turismo a nivel internacional recibió en 1995 un mensaje inequívoco para sumarse a la tarea de fomentar un crecimiento basado en la sostenibilidad en el largo plazo de los recursos que utiliza. Fue en aquel año cuando se lanzó en Londres la *Agenda 21* para la industria del Turismo. En este proyecto participan tres grandes organizaciones de nivel internacional como son el Consejo Mundial del Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés), la Organización Mundial del Turismo (OMT) y el Consejo de la Tierra, esta última es una organización no gubernamental de carácter global, diseñada para actuar como un catalizador para facilitar y apoyar la aplicación y seguimiento de los resultados de Río. Este hecho es simultáneo a un creciente interés social por la protección del medio ambiente en la Unión Europea, lo cual ha tenido y sigue teniendo repercusiones que han resultado en un profundo cambio.

El mensaje de la Agenda 21, se refleja en los principios establecidos con el objeto de alcanzar el desarrollo sostenible en la industria de viajes y turismo:

- La industria de viajes y turismo debe apoyar a los individuos en el objetivo de vivir saludable y productivamente en armonía con la naturaleza.
- La industria de viajes y turismo debe basarse en patrones sostenibles de producción y consumo.

<sup>5</sup> World Travel and Tourism Council – Earth Council – OMT. Agenda 21 para la Industria de Viajes y Turismo, Londres, 1995.

- Las naciones deben cooperar para promover sistemas económicos abiertos, en donde el comercio de los servicios turísticos tome lugar sobre bases sostenibles.
- Los viajes y el turismo, la paz, el desarrollo y la protección ambiental son interdependientes.
- El proteccionismo en el comercio de los servicios turísticos debe ser detenido.
- La protección ambiental debe constituir una parte integral en el proceso de desarrollo turístico.
- Los aspectos de desarrollo turístico deben ser manejados con la participación de los ciudadanos interesados, donde el nivel local adopte decisiones planificadas.
- La industria de viajes y turismo debe usar su capacidad para generar empleo para las mujeres y población indígena al máximo.
- El desarrollo turístico debe reconocer y respetar la identidad, cultura y los intereses de la población indígena
- La industria de viajes y turismo debe respetar la leyes internacionales que protegen el medio ambiente.

El cambio que se viene dando de forma muy rápida en los diferentes ámbitos de la sociedad, ha alcanzado a casi todos los sectores de la economía, toda vez que para la Comisión Europea el énfasis está puesto en lograr que el ciudadano que demanda mejores condiciones medioambientales, utilice su poder de compra para ejercer una fuerte presión sobre los productores de bienes y servicios que hasta el momento venían desarrollando sus actividades sin tener en cuenta consideraciones relacionadas con la protección de la calidad ambiental.

Esta participación más activa del ciudadano a través del mercado, ha estado acompañada de un desarrollo igualmente rápido de la legislación y reglamentación ambiental en la Unión Europea<sup>6</sup>. Si bien es cierto que los cambios observados en la legislación en los últimos diez años presentan un balance que raya en la transformación total del entorno al que se enfrentan las empresas, no es menos cierto que estos cambios han ido por detrás de las prácticas generalizadas en buena parte de las empresas líderes en Europa. Quiere esto decir, que el mundo empresarial en muchas ocasiones, ha sido el creador e impulsor de prácticas que garantizan mejores actuaciones medioambientales en el desarrollo de actividades productivas, en respuesta a presiones originadas en la sociedad, que luego se han convertido en reglamentos o directivas europeas.

Como es de esperar, este proceso se inició con los sectores económicos que generalmente la sociedad ha considerado como los más agresivos con el medio ambiente, como pueden ser el de productos químicos, la generación de energía eléctrica y, en general, la industria. Sin embargo, aunque en la actualidad ya están recogidas en reglamentos comunitarios las prácticas generalizadas de la industria de transformación, las cuales fueron creadas por el mundo empresarial hace ya varios años, los distintos sectores económicos de la industria vienen desarrollando instrumentos y métodos para conseguir mejorar la actuación ambiental, como estrategia de anticipación a los inminentes cambios en las condiciones de legislación y del entorno empresarial en general.

<sup>6</sup> Ver reglamento 1836 /93 del Consejo de la Unión Europea.

El sector servicios es uno de los que presenta un importante desarrollo de prácticas de gestión que ya vienen siendo aplicadas por algunas empresas. Dentro del gran conjunto de actividades económicas del sector servicios, es importante lo logrado en la industria del turismo y las actividades asociadas a esta. Como se dijo anteriormente, esta actividad económica recibe mensajes claros tanto desde los ámbitos institucionales como desde la misma empresa en el sentido de ocuparse de su crecimiento futuro a la luz de las consideraciones de protección ambiental.

En otras palabras, abundar en la consecución de lo que se podría llamar el *Turismo Sostenible*

### *Principios del Turismo Sostenible.*

La industria del turismo es la de mayor crecimiento en el mundo y además es la que mayor empleo genera. Esta condición sumada a la característica de tener contacto directo con sus consumidores, coincidiendo en espacio y tiempo la producción del servicio y el consumo del mismo, la convierten en una industria clave para difundir masivamente una cultura en favor de la protección del medio ambiente, y por supuesto la coloca en el ojo del huracán para efectos de enjuiciamiento de su comportamiento ambiental. Algunos datos específicos ilustran este gran protagonismo del turismo<sup>7</sup>.

Con la definición que el World Wildlife Fund (WWF, 1992) del Reino Unido presenta de Turismo Sostenible, se puede entender el contexto en el que surgen los principios que le rigen:

“Turismo Sostenible es el turismo y las infraestructuras asociadas que tanto ahora como en el futuro:

- Operan dentro de la capacidad natural de los recursos naturales para su regeneración y futura productividad.
- Reconozcan la contribución que la gente y las comunidades, las costumbres y estilos de vida, hacen al turismo.
- Aceptan que estas personas deben tener una participación equitativa en los beneficios del turismo.
- Sean guiadas por los deseos de las poblaciones locales y comunidades de las áreas receptoras.
- El desarrollo sostenible es el propósito que se ha impuesto la sociedad moderna para conciliar los intereses de crecimiento.”

<sup>7</sup> En el ámbito mundial:

- Entre 1970 y 1990 la industria del turismo creció cerca el 300% (WWF, 1992). Se espera que a lo largo de la década del 90 la tasa promedio de crecimiento anual de las llegadas estará en torno al 7%. El total de llegadas internacionales en 1995 fue de 515 millones de turistas y se prevé para el año 2000 que esta cifra ascendiera a 637 millones de turistas. Se espera que los ingresos globales por el turismo internacional aumenten casi 9% al año y excedan los US\$ 527.000.000 (IUCN, 1996)
- El turismo es el mayor empleador del mundo con cerca de 112 millones de personas empleadas en el mundo. Se estima que en 1991 esta industria pagó 540 mil millones de dólares en salarios, en todo el mundo.
- El volumen de negocio estimado en 1992 para el turismo mundial fue equivalente al 6% del Producto Nacional Bruto del mundo.

En el ámbito europeo:

- La región del Mediterráneo atrae cerca de 100 millones de turistas cada verano.
- Se estima que 50 millones de personas visitan los Alpes anualmente.

### Principios.

- Usar los recursos sosteniblemente.
- Reducir el consumismo y los residuos.
- Mantenimiento de la Diversidad.
  - Respetar la diversidad natural, social y cultural de los destinos.
    - Asegurar un ritmo, escala y tipo de desarrollo que protejan en lugar de destruir la diversidad, la cultura local y las comunidades.
  - Prevenir la destrucción de la diversidad natural respetando la capacidad de carga de cada área, realizando acciones para establecer la capacidad de carga y adoptando el principio de precaución.
  - Realizar seguimiento al impacto de las actividades turísticas en la flora y fauna de una área de destino.
  - Favorecer la diversidad social y económica mediante la integración del turismo dentro de las actividades de una comunidad local y con su plena participación.
  - Prevenir la desaparición de ocupaciones tradicionales.
  - Impedir activamente las formas de turismo que puedan ocasionar o contribuir a problemas sociales.
  - Favorecer el turismo cultural genuino que no reduce la cultura del destino turístico a una mercancía.
  - Promover los aspectos singulares de la región, evitando la homogeneización.
  - Asegurar que el ritmo, escala y tipo de turismo favorecen la hospitalidad genuina y un mutuo entendimiento.
  - Promover el turismo de acuerdo con la cultura local, el bienestar y las aspiraciones de desarrollo.
- Integrar el turismo en la planificación.
- Apoyar las economías locales.
- Involucrar a las comunidades locales.
- Consultar a las distintas partes interesadas y al público en general.
- Entrenar al personal en temas ambientales.
- Comercializar el turismo responsablemente.
- Realizar investigación.

De los principios anteriormente mencionados, se ha ampliado el relativo al mantenimiento de la diversidad, por considerarse de importancia en el tratamiento que la industria del turismo espera dar en el futuro no sólo a la biodiversidad, sino a la dimensión social y cultural asociada a los destinos utilizados.

### **ECOTURISMO: UNA PROPUESTA DE INTERPRETACIÓN.**

Por lo anterior y teniendo en cuenta el interés y propósito de este estudio<sup>8</sup>, en el desarrollo del mismo se hace uso de ambos enfoques. El enfoque normativo contribuye a los aspectos relacionados con la regulación, en tanto que el enfoque positivo es de gran utilidad para diseñar una estrategia de inserción al mercado.

<sup>8</sup> El Instituto Alexander von Humboldt, en su papel de centro de investigaciones sobre la Biodiversidad, está interesado, al igual que la iniciativa BIOTRADE de la UNCTAD, en determinar el posible uso sostenible de la biodiversidad en actividades económicas que permitan una valoración de ésta, más ajustada a la realidad. La actividad turística hace uso de valores naturales para desarrollar sus actividades ordinarias y por esta razón se ha decidido investigar las posibilidades del Ecoturismo en Colombia de cara al mercado europeo.



Considerando posiciones como las de la IUCN<sup>9</sup> con respecto a las definiciones de ecoturismo, la interpretación que hacemos en este estudio es la siguiente:

*“Ecoturismo como calificación asignada al turismo de naturaleza, en función de su desempeño ambiental. Es una opción de uso sostenible de la biodiversidad y mecanismo para su valoración”*

El ecoturismo es útil como concepto en el ámbito de la regulación. En particular, en el desarrollo de los productos de turismo de naturaleza, que se pretendan incorporar al mercado internacional de la industria del turismo, para garantizar la sostenibilidad de la actividad tanto ambiental como social.

Desde el punto de vista del mercado, importan los atractivos que se ofrecen en el producto desarrollado, los cuales son determinados en función de las actividades que puede realizar el turista. Estos son los elementos que se utilizan para la clasificación por tipos de turismo en esta industria. La utilización combinada de ambos enfoques, nos conduce a una interpretación particular del Ecoturismo, como concepto a nivel de la planificación que reconoce un interés de regulación en aras de la conservación y la sostenibilidad, aplicado a la clasificación de tipos de turismo que tiene dicha industria, en particular al turismo de naturaleza.

Esta interpretación nos conduce a concluir que “No existen los ecoturistas”, sino procesos de gestión que pueden ser considerados Ecoturísticos por realizar operaciones con turistas que incluyen resultados de sostenibilidad en áreas de interés natural. En este sentido, la IUCN propone nueve requisitos a las operaciones con turistas para ser consideradas como ecoturismo (IUCN,1996):

1. Promueve una ética ambiental positiva y fomenta un comportamiento particular entre sus participantes.
2. No degrada el recurso. No implica consumo erosivo del medio ambiente natural. (la caza deportiva y la pesca pueden clasificarse como turismo verde, pero sería mas apropiado llamarle turismo de aventura mas que ecoturismo).
3. Se concentra en los valores intrínsecos mas que en los extrínsecos. Las instalaciones y servicios pueden facilitar el acceso a los recursos intrínsecos, pero nunca se consideran atractivos por si mismos y no le resta valor al recurso.
4. Esta orientado en torno al medio ambiente en cuestión y no en torno al hombre. Los ecoturistas aceptan el medio ambiente como es, sin esperar que sea cambiado o modificado para su conveniencia.
5. Debe beneficiar la vida salvaje y el medio ambiente. La cuestión de si el medio ambiente (no solamente la gente) recibe beneficios puede ser medido social, económica, científica, gerencial y políticamente. Al menos, el medio ambiente debe obtener un beneficio neto contribuyendo a su sostenibilidad e integridad ecológica.
6. Provee un contacto de primera mano con el medio natural (y con algunos elementos culturales acompañantes que se encuentran en las áreas subdesarrolladas).

<sup>9</sup>“... más aun, se carece de un definición universalmente aceptada y cuantificable de ecoturismo”(IUCN,1996)

lladas). Los parques zoológicos no constituyen una experiencia ecoturística (aunque pueden contribuir al desarrollo del interés de una persona por el ecoturismo). Los centros de visitantes y los espectáculos interpretativos pueden ser considerados como parte de una actividad ecoturística solamente si conduce a la gente a una experiencia de primera mano.

7. Involucra activamente a las comunidades locales en el proceso del turismo de tal modo que se puedan beneficiar de este, lo que contribuye a una mejor valoración de los recursos naturales en esa comunidad local.
8. Su nivel de gratificación se mide en términos de educación y/o apreciación mas que en búsqueda de emociones fuertes o logros físicos, este ultimo es mas característico del turismo de aventura.
9. Involucra una considerable preparación y demanda un conocimiento profundo en ambas partes, los guías y los participantes. La satisfacción derivada de la experiencia es sentida y expresada fuertemente en forma de emoción e inspiración.

Como se señaló anteriormente, ecoturismo es un término creado y desarrollado exclusivamente por ambientalistas. En adelante se utilizará el término “Turismo de Naturaleza” puesto que es entendible tanto en el ámbito ambientalista como en el de la industria del turismo. Esta decisión satisface los propósitos del presente estudio en cuanto a aportar elementos que permitan diseñar una estrategia de fomento de ecoturismo; entendido como turismo de naturaleza de europeos en destinos colombianos, cuyo desempeño ambiental – que depende de la gestión del destino – le haga merecedor de dicha categoría.

Entendemos por turismo de naturaleza:

*“Aquel turismo interesado en visitar espacios con valores naturales especiales, entre los que se encuentran las áreas protegidas, y conocer la flora y fauna de los destinos visitados. Se distingue del turismo de masas y del turismo a los grandes centros por tener menos incidencia en el entorno y requerir menos desarrollo de infraestructura”*

### **Clases de Turismo de Naturaleza en Europa.**

Es importante señalar que una vez definido el concepto de turismo de naturaleza para efectos de este estudio, este se divide en dos clases identificadas en el desarrollo del análisis, las cuales son de vital importancia para abordar una estrategia de planificación tendiente a la incorporación de la oferta de biodiversidad colombiana a este importante mercado mundial.

#### *Turismo de Naturaleza Doméstico*

En primer lugar hay que hablar del Turismo de Naturaleza Doméstico, el cual tiene características específicas desde el enfoque positivo, como son corta distancia de recorridos desde los lugares de origen, lo que permite la segunda característica de

corta duración de los productos turísticos. Este tipo de turismo surge como alternativa de desarrollo económico en las regiones deprimidas económicamente en Europa, las cuales son producto de la marginación sufrida a lo largo del tiempo, con respecto a los procesos productivos que significaron la industrialización de puntos específicos de Europa. Un ejemplo de estas regiones lo constituyen la comarca de La Sierra en La Rioja, España, y la de Northern Pennines en el Reino Unido.<sup>10</sup>

El turismo de naturaleza se constituye en un complemento a los ingresos rurales, dado el deterioro sufrido en el sector económico primario, en especial el agropecuario. En las regiones mencionadas anteriormente se necesitó la aplicación de las siguientes medidas para lograr el desarrollo del turismo:

- Estrategias de mercadeo para incrementar el conocimiento sobre la región, como destino potencial, entre los turistas y convencer a la población local de los beneficios del turismo para la comunidad rural.
- Organización de cursos de entrenamiento en gestión y administración de empresas locales de pequeña escala.
- Un incremento y mejora en la estructura de alojamiento.
- El fortalecimiento de organizaciones locales y sociedades para realizar proyectos que busquen establecer estructuras organizacionales dentro del desarrollo del turismo, tales como vacaciones en las granjas.
- Un compromiso directo en el desarrollo y puesta en marcha de proyectos a través de un equipo gerencial de coordinación general.
- La promoción de agroturismo a la vez que se estimula a los granjeros para que empiecen a ofrecer alojamiento turístico.
- El mejoramiento de la comunicación entre la industria del turismo y las organizaciones involucradas en la conservación del medio ambiente.

### *Turismo de Naturaleza a Terceros Países*

Se origina en el interés de la industria del turismo en desarrollar nuevos productos para una demanda europea cada vez más inclinada por destinos de alta calidad ambiental y distintos a los de fácil acceso en su territorio. Las características de este turismo de naturaleza son las de distancias largas y por consiguiente, duración media y larga. Se puede argüir que la razón económica es la misma que las regiones deprimidas de Europa. La marginalización de los países en desarrollo del proceso industrializador, les ha permitido conservar áreas de interés natural con relativa buena calidad ambiental. Por esta razón los terceros países hacia donde se dirige el turismo de naturaleza europeo de larga distancia, suelen ser países en vías de desarrollo o subdesarrollados. Esta aseveración se hace desde un enfoque positivo, es decir, obedece única y exclusivamente a la observación de lo sucedido en el pasado y en ningún momento pretende ser una relación causal de cara al futuro. Es este tipo de turismo de naturaleza del que se ocupa este estudio en los capítulos siguientes, se realiza un análisis con referencia a Colombia y su área de influencia.

<sup>10</sup>Ambas regiones pueden ser definidas como marginales lo que implica que la intensificación de la agricultura no ha sido tan dominante como en otras regiones agrícolas en el caso de regiones más centralmente localizadas. El ingreso promedio es relativamente bajo en ambas regiones, los datos de emigración y desempleo son altos" (Comisión de las Comunidades Europeas [COM] (438) (Croccosis y Nikamo, 1995).

### *El turismo como objeto e instrumento de política.*

En 1986 la Comisión Europea y el Consejo de Europa patrocinaron la asamblea europea de turismo en espacio rural, organizada por la asociación francesa TER (Turisme en Espace Rural). De esta asamblea surgió la *Asociación Europea EUROTER*<sup>11</sup>, cuyos dos objetivos básicos son los siguientes:

1. Hacer del turismo una herramienta de ordenación del territorio, de desarrollo de economías locales, de promoción social de los habitantes rurales, de aprecio hacia los productos locales, de protección del patrimonio cultural y natural y de esta manera, ayudar a mantener la vida rural en Europa.
2. Desarrollar el turismo rural, verde y alternativo con productos de calidad, a un precio justo para todas las clientelas y en todos los mercados, respondiendo así a las nuevas expectativas de los turistas consumidores de alojamientos, restauración, animación, servicios y ocio.

El turismo en espacios rurales es claramente un objetivo de política, en la medida que genera empleos y riqueza en zonas altamente vulnerables a variables exógenas como son los precios de los productos agropecuarios, así como su producción, que depende en muchos casos de la climatología. De otra parte, es como se observa en la Unión Europea, un eficaz instrumento de ordenamiento del territorio en la medida que los logros en tal sentido se reflejan en un mayor beneficio para la comunidad local a través de mayores ingresos derivados del turismo.

En cuanto al turismo de naturaleza, ateniéndonos a la definición, puede llegar a suponer tanto un objetivo en sí mismo, dado que es una forma de aprovechamiento económico y sostenible de la biodiversidad, así como un instrumento de política de ordenamiento, en la medida que contribuye a modificar las tendencias actuales de uso del territorio en Colombia<sup>12</sup>. Los usos actuales están motivados en su origen por fines económicos a nivel de subsistencia en la mayoría de los casos; el turismo de naturaleza puede llegar a suponer una diversificación en los ingresos que permita un manejo más respetuoso del medio físico.

## **METODOLOGÍA**

El punto de partida de este estudio fue el ecoturismo como concepto turístico. Sin embargo, en el desarrollo del mismo se encontró, como se señaló en el marco teórico, que el concepto de ecoturismo se origina y conoce solo en el mundo de los ambientalistas. Dado que el objetivo del estudio es llegar a la estimación de un potencial de mercado para Colombia, fue necesario acudir al concepto de turismo

<sup>11</sup> EUROTER: 82, rue François Rolland. F94130 Nogent-sur-Marne. FRANCE

<sup>12</sup> Una experiencia que se podría adaptar a Colombia, particularmente para el caso de la isla de San Andrés, es la experiencia de Bermuda reseñada en la Agenda 21 del Turismo: "Los beneficios del turismo han hecho de Bermuda uno de los países del mundo de mayor afluencia y tanto el gobierno como la gente están dispuestos a preservar las características únicas de este destino, que atrae más de 500.000 turistas al año. Se ha establecido un marco regulatorio de planificación el cual restringe la tenencia de un carro por residente, prohíbe el alquiler de carros, restringe el número de embarcaciones permitidas en el puerto, provee protección legal para las ballenas, delfines, tortugas marinas, y corales de todos los tipos, incluyendo multas severas para pescadores y operadores de embarcaciones de buceo que dañen los arrecifes. Los avisos de neón están prohibidos y las regulaciones de construcción especifican que los nuevos edificios no pueden ser de más de dos pisos y deben utilizar el estilo arquitectónico local. Se han establecido parques nacionales y reservas naturales así como senderos que les permiten a los visitantes explorar sin degradar el frágil ecosistema"

de naturaleza el cual es conocido tanto por los ambientalistas como por la industria del turismo. En un acercamiento de representantes institucionales de estos dos colectivos se sugiere la equivalencia de los dos términos (OMT, 1995):

*“El ecoturismo es un fenómeno que engloba toda una serie de opciones, que varían desde un enfoque purista científico hasta la visita de recreo a una zona natural como actividad de fin de semana o como parte de un viaje más importante. Por ese motivo, en el presente se utilizan indistintamente los dos términos turismo natural y ecoturismo”*

El desarrollo de este estudio ha exigido una metodología que combina el uso de información secundaria con la obtención de información en la fuente, a través de entrevistas con los responsables de empresas y entidades internacionales de la industria del turismo.

En cuanto a las empresas, se centró la atención en los tour operadores, por ser estos agentes económicos los que mayor relevancia tienen a la hora de definir nuevos productos e incorporar nuevos destinos a la industria. El énfasis se puso en aquellos tour operadores que trabajan productos de turismo no convencional, aunque también se consideraron los tour operadores de turismo convencional. Igualmente, se realizaron entrevistas a responsables de entidades como la OMT y el Consejo Mundial de Viajes y Turismo, para conocer los últimos desarrollos registrados en estas entidades de nivel internacional, en materia de turismo de naturaleza y ecoturismo.

La información primaria obtenida en las entrevistas se complementó con cuestionarios que fueron dirigidos a empresas europeas de tour operadores, de los que se obtuvo una limitada respuesta. Con respecto a información secundaria, se consideró aquella publicada por tour operadores a través de catálogos, que ofrecen en el mercado europeo los productos disponibles actualmente, tanto de turismo convencional como no convencional. De otra parte, la base de datos de la OMT fue la principal fuente de información cuantitativa de la industria del turismo.

El estudio está constituido por dos apartados fundamentales: la caracterización de la demanda europea por turismo de naturaleza y la estimación cuantitativa de la demanda potencial. En el primer caso, la metodología utilizada consistió en analizar la información del mercado a través de catálogos, para lo cual fue necesario la definición de variables cualitativas y cuantitativas. Esto permitió suplir el vacío de información sobre ecoturismo en la industria del sector. En el segundo caso, la estimación cuantitativa exigió acudir a la fuente estadística oficial, la Organización Mundial del Turismo. La información de la OMT es básicamente sobre llegadas, salidas y gastos totales de turistas de todas las regiones y países del mundo. La OMT considera turista aquella persona que se desplaza de su entorno habitual a otro lugar, por un tiempo no superior a un año, ya sea por motivos de vacaciones, negocios u otros propósitos. Es importante señalar que no existen estadísticas fiables sobre salidas de turistas europeos o llegadas de estos a otros países, motivadas por turismo de naturaleza, y menos aún por ecoturismo.

Ante la ausencia de información específica sobre el tema que nos atañe, fue necesario realizar aproximaciones a partir de la información de la OMT. En particular se

crearon tres niveles para la estimación de la demanda potencial. El primero fue las llegadas de turistas europeos a las regiones próximas a Colombia: Caribe, Centro América y Sur América. El segundo fue una Subregión definida por el estudio constituida por Colombia, Venezuela, Brasil, Perú, Ecuador y Panamá. El tercer nivel de estimación lo constituyó Colombia. Para todos los niveles se estimó la afluencia de turistas europeos, con el fin de identificar los volúmenes totales y la participación relativa tanto de los países de origen, en la generación de flujo de turistas a las regiones y países de la Subregión, como la participación porcentual de las regiones y países de la Subregión en las llegadas totales de turistas europeos. De aquí se pudo identificar, de una parte, aquellos países europeos más importantes para cada uno de los niveles en la generación de flujo de turistas, y de otra, los países receptores de mayor participación en las llegadas de estos turistas al área de influencia de Colombia.

Adicionalmente al tratamiento estadístico de las llegadas, apoyados en información de la OMT, se calcularon los gastos medios que permitieron realizar una estimación económica del potencial existente al que pudiese acceder Colombia.

### **Caracterización de la Demanda**

Los objetivos de este análisis son:

- Caracterizar la demanda de turismo de naturaleza por parte de turistas europeos en Latinoamérica y el Caribe a través de los circuitos actualmente ofrecidos por tour operadores en el mercado europeo.
- Identificar los aspectos que determinan la formación del precio de los circuitos.
- Identificar cualitativamente los elementos centrales que caracterizan cada circuito.

#### *Necesidad de soporte de enfoque positivo a partir de catálogos*

La bibliografía relacionada con turismo de naturaleza, en su mayor parte, está orientada al enfoque normativo y no permite identificar el comportamiento actual del mercado del turismo de naturaleza.

Por su parte, el enfoque positivo, en este caso refleja el desempeño actual del mercado de la industria del turismo en general y por consiguiente, del turismo de naturaleza como uno de sus segmentos. Sin embargo, dado que el turismo de naturaleza es uno de los segmentos más pequeños dentro de la industria del turismo y teniendo en cuenta que para esta industria la clasificación de los tipos de turismo no es una preocupación prioritaria, la información al respecto no es precisa ni detallada. De allí surge la necesidad de obtener la información a partir del análisis de los circuitos ofrecidos a través de catálogos y llenar este vacío.

Para realizar el análisis se seleccionaron a los tour operadores como fuente de información, debido a que en la industria del turismo realizan la labor de intermediación entre las necesidades o requerimientos de los turistas y las posibilidades de la industria, constituyéndose en el agente económico con mayores posibilidades de acceso a información. El papel del tour operador es desarrollar productos turísticos en función de las preferencias cambiantes de un mercado altamente exigente y de las posibilidades de los destinos. El segmento del turismo de

naturaleza no es la excepción, los tour operadores son los responsables de la creación de nuevos circuitos<sup>13</sup> y paquetes turísticos, lo que les supone el descubrimiento e incorporación de destinos y el desarrollo de sus aspectos logísticos.

A un nivel más específico, presentamos a continuación algunos aspectos metodológicos que ha sido necesario desarrollar para este apartado: los circuitos analizados corresponden a aquellos que están siendo promocionados actualmente por tour operadores europeos a Centro y Sur América. La información se dividió en dos grupos según la clasificación de los tour operadores en:

- Tour operadores caracterizados por ofrecer turismo convencional. Ofrecen circuitos de corta duración, con un alto porcentaje de alojamiento en hoteles de buena calidad (tres, cuatro y cinco estrellas), los desplazamientos se hacen por vía aérea o en automóvil. Normalmente incluyen destinos fijos desde donde se pueden hacer visitas cortas a sitios de interés cercanos.
- Tour operadores caracterizados por ofrecer turismo de naturaleza no convencional. Ofrecen circuitos que incluyen gran porcentaje de actividades en espacios rurales diferentes a playas, el alojamiento se realiza en hoteles de calidad media, en camping, en casas locales, en -lodge- o en el medio de transporte que puede ser tren, bus, ferry, barco o camiones especializados que utilizan para el transporte de los turistas. Normalmente incluyen travesías largas que recorren uno o varios países. Dado el tipo de circuito, algunos incluyen actividades como caminatas, escaladas suaves, etc., con restricciones de edad<sup>14</sup>.

El análisis de esta información pretende hacer una aproximación al comportamiento del mercado del ecoturismo, dado que la información de la industria del turismo no ofrece de manera explícita ecoturismo como tal.

### *Dinámica de Incorporación de destinos al mercado*

La mayor parte del mercado corresponde al turismo convencional y de éste surge una segmentación a turismo no convencional, debido, entre otras razones, a la dinámica misma del modelo convencional que atiende las necesidades y expectativas de consumo en cuanto a la innovación de productos e incorporación de nuevos destinos con mejor calidad ambiental. El turismo no convencional, dentro de los parámetros ambientales, se convierte en un referente que marca pautas de comportamiento y hace operativa la incorporación de nuevos destinos en el mercado de la industria del turismo. De esta manera, el proceso de incorporación de destinos caracterizados por un alto componente de biodiversidad se inicia con su uso por parte del turismo no convencional y se consolida dentro del mercado con la incorporación en los circuitos del turismo convencional como una actividad adicional dentro de sus paquetes.

<sup>13</sup> En este documento se define circuito como aquel producto turístico normalmente ofrecido al consumidor final, cuyo precio incluye desplazamientos por uno o varios destinos y algunos servicios complementarios como alimentación, alojamiento, transporte y acceso a lugares de interés.

<sup>14</sup> Los tour operadores de turismo no convencional representan un porcentaje mínimo de la industria del turismo, un indicador de esta situación lo constituye la comparación entre dos de los tour operadores analizados que son representativos del mercado europeo: Nouvelles Frontières (convencional) moviliza 2.8 millones de turistas al año y Encounters (no convencional) moviliza aproximadamente 9000 turistas al año.

### *Selección de variables*

El mercado de la industria del turismo asigna el precio a sus circuitos a partir de parámetros cuantitativos definidos y explícitos, tales como la duración, el recorrido, el alojamiento y la alimentación. Sin embargo, los circuitos tienen ciertos atributos cualitativos que inciden en la toma de decisión por parte del turista y se reflejan implícitamente en el precio del circuito. De esta forma, la información disponible en los catálogos se puede agrupar en dos tipos de variables: cualitativas y cuantitativas, para posteriormente analizar su incidencia en la formación del precio final del circuito. Los catálogos contienen información relativamente homogénea con respecto a estos dos tipos de variables.

#### *VARIABLES CUANTITATIVAS.*

Las variables cuantitativas se seleccionaron con el propósito de determinar la formación del precio de los circuitos turísticos ofrecidos en función de aspectos explícitos, tales como pasajes aéreos, porciones terrestres y gastos locales. La información encontrada en los catálogos es la siguiente:

- Duración en días del circuito.
- Países recorridos por circuito.
- Precio en dólares del circuito.
- Gastos locales del circuito.
- Tipo de alojamiento ofrecido en cada circuito.

Esta información fue procesada para obtener las siguientes variables cuantitativas:

- Precio total en dólares por día y por persona de cada circuito.
- Número de países recorridos en cada circuito.
- Número de circuitos ofrecidos en cada país.
- Distribución porcentual del alojamiento según el tipo de hospedaje en cada circuito.

#### *VARIABLES CUALITATIVAS.*

Dado que el componente de biodiversidad es un objetivo central de este estudio, que su preocupación parte del enfoque normativo y que en la información que se maneja desde el enfoque positivo no aparece de manera explícita, se hace necesario recurrir a la creación de variables cualitativas que recojan este componente a partir de la información ordinaria del enfoque positivo (v.g. catálogos). Desde la perspectiva económica, el interés por el componente de biodiversidad tiene que ver con la valoración implícita hecha por el mercado a través de los precios de los circuitos. No obstante, además del componente de biodiversidad existen otros componentes cualitativos que caracterizan los circuitos y que usualmente van ligados entre sí, por lo que se deben considerar para mirar su interrelación y para evitar sesgos en los resultados a la hora de valorar y determinar su participación en la formación del precio del circuito. Para tal propósito se definieron cinco categorías :

- Biodiversidad.
- Diversidad de pisos térmicos.
- Historia y cultura.



- Sol y playa.
- Actividades deportivas.

El procedimiento consistió en revisar los itinerarios de cada circuito, identificando la presencia o no de tópicos relacionados con cada una de las categorías anteriores. Los tópicos para cada una de las categorías se presentan en la tabla 1:

**Tabla 1.** Categorías y tópicos de variables cualitativas.

CATEGORIA	TOPICOS
Biodiversidad <sup>15</sup>	Mención de ecosistemas, fauna y flora en general, diversidad marina, áreas protegidas, valor escénico y mención de especies en particular.
Diversidad de pisos térmicos	Presencia de cambios altitudinales notorios dentro del mismo circuito.
Historia y Cultura	Ciudades coloniales, ruinas, templos e iglesias, monumentos, museos, gastronomía, comunidades indígenas y mercados locales.
Sol y Playa	Descanso en playas
Actividades deportivas	Opciones de actividades deportivas como caminatas, paseos a caballo, buceo, canotaje, escalada, snorkeling, ciclismo de montaña.

### *Análisis de la Información*

Los tour operadores de la muestra se han seleccionado con base en su cobertura en la mayoría de los países europeos y su oferta de paquetes convencionales y no convencionales. Los países europeos donde los tour operadores de la muestra ofrecen sus servicios son:

1. Alemania.
2. Austria.
3. Bélgica.
4. España.
5. Dinamarca.
6. Holanda.
7. Irlanda.
8. Islandia.
9. Italia.
10. Noruega.
11. Portugal.
12. Reino Unido.
13. Suecia.
14. Suiza.

La muestra incluye 181 circuitos de los cuales 107 corresponden a turismo no convencional y los restantes 74 a turismo convencional.

### *Turismo no Convencional*

En la industria del turismo, el turismo no convencional es aquel que identifica e incorpora nuevos destinos al mercado, cuyas características se asimilan al turismo de naturaleza. En total se analizaron 107 circuitos, los cuales se dividieron en seis intervalos según la duración, como se observa en la tabla 2.

<sup>15</sup> Dado que la biodiversidad es el aspecto central de este estudio, los tópicos relacionados con esta categoría se señalan con mayor detalle más adelante.

**Tabla 2.** Intervalos de duración de los circuitos analizados.

Intervalo (días)	No. de circuitos
Menos de 8	4
8 a 14	17
15 a 30	52
31 a 60	23
61 a 90	7
Más de 90	4

El intervalo que presenta mayor frecuencia de circuitos es el de una duración entre 15 y 30 días. Esto se entiende debido a que el desplazamiento para iniciar los circuitos es superior a 8.000 km., lo que implica un viaje por avión de entre 10 y 12 horas, lo cual se hace poco deseable para duraciones inferiores en las que el período de adaptación, tanto física como horaria, demanda un par de días.

## VARIABLES CUANTITATIVAS

### *Países Visitados por Circuito*

El propósito de este análisis es determinar el carácter multinacional de los circuitos de origen europeo realizados en Latinoamérica, recogiendo de esta manera, los criterios considerados en la toma de decisión del turista, dado que se habla de desplazamientos de más de 8.000 km. para el inicio de los circuitos. Para cada intervalo de duración se calculó el promedio aritmético de países visitados por circuito. En el primer intervalo (circuitos de menos de 8 días) se obtiene que se incluye más de un país en los circuitos de la muestra. A partir de aquí, en los siguientes intervalos el promedio aumenta, con lo cual se deduce que la dinámica propia del ecoturismo en Latinoamérica para el mercado europeo supone la participación de varios países, desvirtuando la posibilidad de atraer turistas exclusivamente para visitar un área protegida o varias en un mismo país (Tabla 3).

**Tabla 3.** Número promedio de países incluidos en los circuitos por intervalo de duración en turismo no convencional.

Intervalos	Países promedio
Menos de 8	1.25
De 8 a 14	1.29
De 15 a 30	2.12
De 31 a 60	4.26
De 61 a 90	4.86
Más de 90	7.50
<b>PROMEDIO</b>	<b>2.79</b>

Teniendo en cuenta la ponderación por número de circuitos en cada intervalo se obtiene un valor promedio de 2,79 países visitados por circuito. Las razones encontradas para explicar esta situación se presentan en el análisis de las demás variables consideradas a continuación.

### *Circuitos por Países Visitados*

Otro análisis realizado con base en los países visitados es la cantidad de circuitos que atraviesan cada país, con el objeto de observar la demanda real por cada

país. De esta manera se pueden establecer los competidores directos que enfrenta Colombia en este mercado. Adicionalmente, este análisis permite realizar una comparación entre países con dotación similar de recursos pero con diferente participación en el mercado.

**Tabla 4.** Frecuencia<sup>16</sup> de participación de países latinoamericanos en los circuitos de turismo no convencional.

PAISES	Frecuencia
Argentina	23
Belice	13
Bolivia	35
Brasil	21
<b>Colombia</b>	<b>10</b>
Chile	24
Costa Rica	11
Cuba	1
Ecuador	37
Guatemala	17
Honduras	10
México	17
Nicaragua	9
Panamá	4
Paraguay	16
Perú	37
Salvador	3
Uruguay	1
Venezuela	10

De este análisis (Tabla 4), se observa que el mayor número de circuitos atraviesa países andinos (Ecuador, Perú y Bolivia), superando los países centroamericanos que en el medio colombiano suelen tener una imagen de modelo de ecoturismo.

Analizando los casos de Ecuador y Colombia se pueden apreciar marcadas diferencias en infraestructura, dotación de recursos, área y diversidad de ecosistemas en favor de Colombia. Sin embargo, a la hora de recibir circuitos hay una gran diferencia en favor de Ecuador, lo que nos conduce a deducir la existencia de factores externos altamente determinantes como la seguridad. Colombia se encuentra por debajo del promedio de Latinoamérica (15,7 circuitos por país) y en comparación con los países que cuentan con biodiversidad, se ubica en el último lugar.

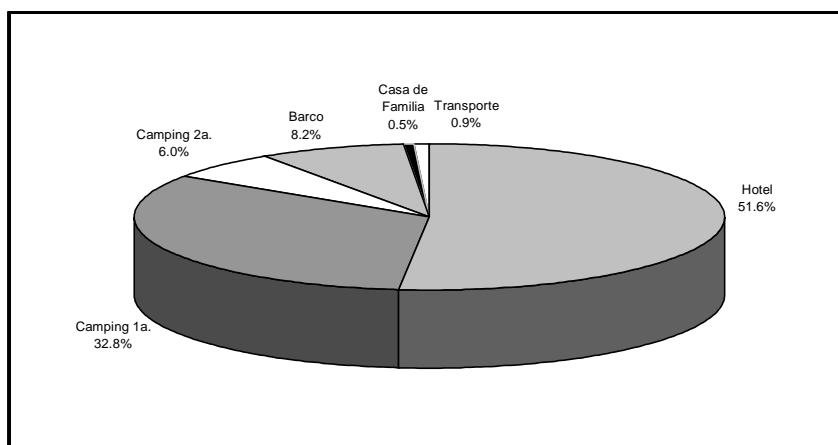
### *Alojamiento*

Para el análisis del alojamiento se crearon varias categorías posibles de hospedaje:

- Hotel. Pernoctación en establecimientos hoteleros de calidad aceptable.
- Camping de 1<sup>a</sup>. Instalaciones que cuentan con dotación de servicios básicos.
- Camping de 2<sup>a</sup>. Pernoctación en zonas rurales sin servicios básicos.
- Barco. Pernoctación durante las travesías acuáticas, con todos los servicios básicos.
- Transporte. Pernoctación durante el recorrido terrestre de los circuitos en el medio de transporte (v.g. bus, tren, camión, etc.).
- Casa de Familia. Albergues rurales adaptados para recibir visitantes.

<sup>16</sup> La frecuencia esta determinada por el número de circuitos que pasan por cada uno de los países.

El objeto de este análisis es identificar los requerimientos en esta materia, que exige el turismo europeo. Adicionalmente, nos permite contrastar el estereotipo según el cual el alojamiento en el “ecoturismo” no exige niveles mínimos de comodidad (Figura 2).



**Figura 2.** Distribución porcentual promedio del alojamiento. Fuente: Elaboración propia apartir de catálogos de tour operadores.

Del análisis se desprende que aún cuando se trata de turismo no convencional, el alojamiento en hotel es mayoritario sobre los demás tipos de alojamiento y que por lo menos el 85% del viaje (hotel más camping de 1ª) debe garantizar condiciones mínimas de comodidad y acceso a servicios básicos. Para entender mejor la dinámica del alojamiento de los circuitos se analiza su comportamiento por intervalos de duración de los viajes (Tabla 5).

**Tabla 5.** Distribución porcentual de alojamiento por intervalo de duración para los circuitos muestreados.

Intervalo(días)	Hotel	Camping 1a.	Camping 2a.	Barco	Casa de Flia	Transporte
Menos de 8	35.0%	12.5%	20.8%	31.7%	0.0%	0.0%
8 a 14	63.4%	18.6%	0.5%	16.4%	0.6%	0.5%
15 a 30	68.0%	24.2%	4.6%	0.6%	1.9%	0.8%
31 a 60	53.6%	41.5%	3.8%	0.4%	0.2%	0.5%
61 a 91	46.4%	46.4%	3.6%	0.0%	0.0%	3.6%
Más de 90	43.5%	53.6%	2.9%	0.0%	0.0%	0.0%

Se observa claramente que la participación del hotel en todos los intervalos de duración no es menor al 40%, excepto en el intervalo menor de ocho días, debido a la presencia de alojamiento en barco (que presenta las mismas comodidades de un hotel). Debido posiblemente a razones de costos, el camping de primera aumenta en proporción con la duración del circuito, llegando incluso a superar la participación del hotel en los circuitos de más de 90 días. Sin embargo, se aprecia que el camping de segunda solamente tiene una participación significativa en los circuitos de menos de ocho días y es insignificante en los intervalos siguientes, lo que se interpreta como una indisposición del turista a sacrificar comodidad. El

alojamiento en barco se presenta puntualmente en los dos primeros intervalos debido a los circuitos que incluyen visita a la Isla Galápagos, de manera casi exclusiva.

Con esto se refuerza la idea que desvirtúa el estereotipo de alojamiento sin servicios básicos ni comodidades como modelo de “ecoturismo”. El estereotipo de incomodidad, tanto en los medios de transporte como en el alojamiento y demás servicios complementarios, surge a consecuencia de los orígenes del ecoturismo como concepto, es decir en el mundo ambientalista. Es importante señalar que en la industria del turismo, los criterios de disfrute no suelen coincidir con aquellos promulgados por entidades ambientalistas para restringir el ámbito del ecoturismo<sup>17</sup>. La industria del turismo identifica niveles mínimos de comodidad y calidad en los servicios complementarios del turismo de naturaleza, como se verá más adelante al final de este capítulo.

### *Precio Promedio Diario (USD)*

Esta variable se calcula a partir de la suma del precio del circuito presentado en los catálogos más una estimación de los gastos locales necesarios sugeridos por los tour operadores. Estas cantidades se convirtieron a dólares americanos y se dividieron entre el número de días del circuito (Tabla 6).

**Tabla 6.** Precio promedio diario de los circuitos muestreados por intervalo de duración (USD).

Intervalo (días)	No. de circuitos	Precio promedio día (USD)
menos de 8	4	150.76
8 a 14	17	115.31
15 a 30	52	88.81
31 a 60	23	59.45
61 a 90	7	53.37
más de 90	4	59.66
<b>PROMEDIO</b>	<b>107</b>	<b>85.62</b>

El precio diario promedio del circuito es de aproximadamente 86 dólares diarios, el cual para un ciudadano europeo común es relativamente barato. Dado que la duración promedio es de 30,4 días, implica un gasto de 2.603 dólares, que sumado con un promedio de 600 dólares por el pasaje aéreo, arroja un estimado de 3.202 dólares gastados por cada turista por circuito. Cuando se hace el análisis del precio promedio por intervalos de duración, se observa un comportamiento decreciente. Los circuitos de corta duración tienen un costo superior debido a que se requiere la movilización de muchos recursos para una corta estadía; a medida que aumenta la duración el precio se reduce, lo cual obedece a varias razones:

- La utilización porcentual de camping de 1<sup>a</sup> aumenta a medida que aumenta la duración,
- El costo diario de alojamiento en hotel se reduce a medida que aumenta la estadía,
- Los costos fijos medios disminuyen a medida que aumenta la utilización de los recursos.

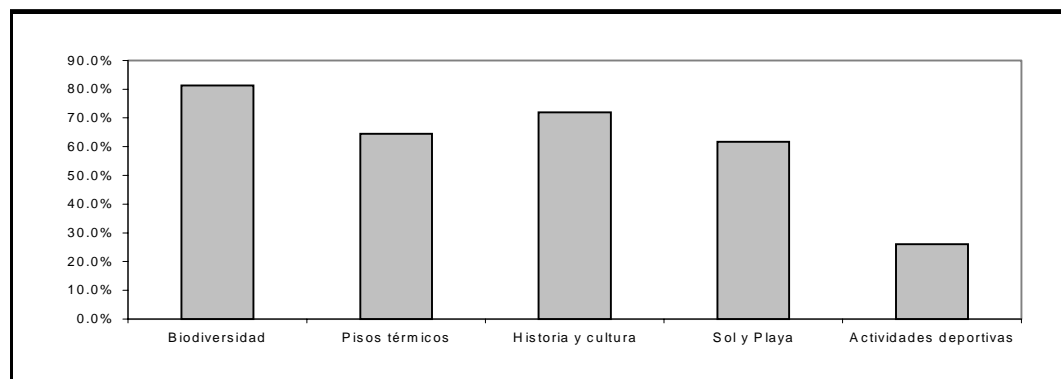
<sup>17</sup> “... La satisfacción derivada de la experiencia es sentida y expresada fuertemente de forma emocional e inspiradora”

Para el último intervalo se aprecia un incremento del precio medio del circuito, explicable a partir del aumento de los costos fijos medios por congestión en el uso de los recursos.

## VARIABLES CUALITATIVAS

Las variables consideradas para el análisis cualitativo son:

- Presencia de diversidad biológica en los paquetes turísticos.
- Presencia de diversidad de pisos térmicos en los circuitos.
- Acceso a sitios de interés histórico y cultural.
- Ocio y recreación pasiva en playas.
- Oportunidad de realizar actividades deportivas.



**Figura 3.** Importancia relativa de las variables cualitativas en el turismo no convencional.

Como se aprecia en la figura 3, la biodiversidad es la variable cualitativa de mayor participación en la muestra. Es decir, más del 80% de los circuitos analizados ofrece la biodiversidad como una opción atractiva dentro de sus paquetes. Sin embargo, la variable biodiversidad está seguida muy de cerca por otras variables cualitativas, que tradicionalmente han sido muy importantes dentro de la industria del turismo como son Historia y Cultura, Sol y Playa, respectivamente (Tabla 7).

Llama la atención la baja participación de actividades deportivas en el turismo que se realiza en Latinoamérica por parte de europeos. En Europa es muy importante el turismo deportivo en espacios rurales, lo cual conduce a deducir que hay una gran diferencia entre el turismo doméstico y el de larga distancia, aunque se esté hablando del mismo segmento del mercado. El turista europeo no tiene una notoria preferencia por desplazamientos de gran distancia (8.000 km.) para realizar actividades similares a las que puede desarrollar en las proximidades a su lugar de origen.

**Tabla 7.** La participación porcentual de las variables cualitativas en los circuitos analizados por intervalos de duración.

Intervalo (días)	Biodiversidad	Pisos Térmicos	Historia & Cultura	Sol & Playa	Deportes
menos de 8	100.00%	0.00%	25.00%	25.00%	0.00%
8 a 14	58.82%	35.29%	58.82%	52.94%	29.41%
15 a 30	78.85%	61.54%	78.85%	53.85%	23.08%
31 a 60	95.65%	86.96%	60.87%	82.61%	30.43%
61 a 90	85.71%	100.00%	100.00%	85.71%	14.29%
más de 90	100.00%	100.00%	100.00%	75.00%	75.00%
PROMEDIO	81.30%	64.50%	72.00%	61.70%	26.20%

## Biodiversidad

La variable de diversidad biológica se analiza según intervalos de duración de los circuitos con el fin de identificar, según la estructura de los mismos, aquellos intervalos en los que la biodiversidad se constituye en un reclamo importante dentro de la estrategia de comercialización. Se observa que en todos los intervalos de duración se ofrece el componente de biodiversidad por encima del 50% de los circuitos.

Es evidente que aunque la industria del turismo no se ocupa de definir el concepto de ecoturismo, como tampoco de desarrollar cuerpos teóricos en torno al mismo, sí utiliza la biodiversidad ampliamente como elemento constitutivo de su producto. Es decir, la industria hace un uso implícito de la biodiversidad, pero no la reconoce explícitamente dentro de las categorías que maneja. En contraste, el enfoque normativo o conservacionista, define el concepto y pregona explícitamente la utilización de la biodiversidad en la industria del turismo, basándose por lo general, en presunciones.

## Pisos Térmicos

En una primera fase de implantación del ecoturismo es muy importante ofrecer actividades contrastantes pero poco específicas, dado el desconocimiento natural en el mercado de características tales como especies o valores singulares. La variable pisos térmicos recoge un atractivo de diversidad que incide en buena medida en la toma de decisión del turista europeo (v.g. visitar zonas a nivel del mar hasta regiones por encima de los 4.000 msnm, en un mismo circuito). La variable se analizó a través de intervalos de duración con el propósito de identificar en cual de ellos tiene mejor cabida este tipo de ofrecimiento. Se observa un comportamiento esperado en la relación directa entre duración del circuito y acceso a diversidad de pisos térmicos, puesto que acceder a diferentes pisos térmicos supone largos desplazamientos terrestres y por consiguiente demanda una mayor duración.

En circuitos de menos de ocho días, el acceso a diversidad de pisos térmicos es nulo, mientras que el 100% de los circuitos de más de 60 días garantiza el acceso a diferentes pisos térmicos como atractivo turístico. Los resultados de este análisis coinciden con lo señalado anteriormente, a la concentración de circuitos en países andinos, donde el acceso a pisos térmicos es factible en cortos períodos de tiempo.

## Historia y Cultura

El componente de historia y cultura es una variable tradicionalmente determinante en el turismo; por tanto, es muy importante dilucidar hasta que punto incide o participa en los circuitos ofrecidos en la muestra. Prueba de ello es que aparece como atractivo turístico en el 72% de los circuitos analizados. Historia y Cultura, a pesar de ser un componente tradicionalmente importante en los circuitos turísticos europeos, para el intervalo de menos de 8 días de duración en la muestra, su valoración es inferior a la que se observa para el caso de la biodiversidad. Esta duración no permite fácilmente la combinación de diversos tipos de turismo en un mismo circuito. Sin embargo, para los circuitos de duración mayor a ocho días su presencia es de más del 60%, en todos los casos, lo cual demuestra su importancia en la medida que los períodos de duración permiten la combinación con otro tipo de turismo.

## Sol y Playa

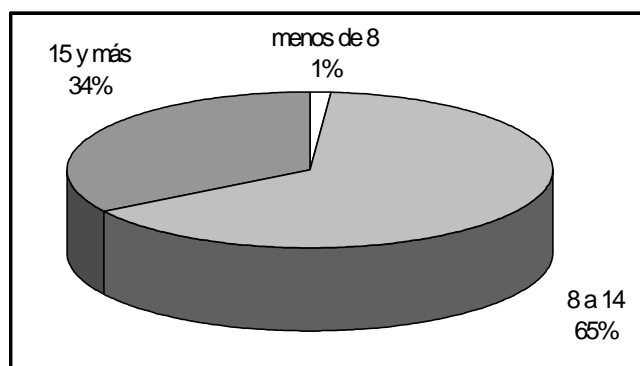
El turismo de sol y playa es el de mayor demanda a nivel mundial. El caso del turismo no convencional que se está analizando no es ajeno a esta realidad, pues se observa su presencia en todos los intervalos como complemento a otros tipos de turismo que hacen parte de los mismos circuitos. En este tipo de turismo no convencional sol y playa aparece como turismo complementario y por esta razón no se observa su presencia en el 100% de los circuitos analizados.

## Actividades Deportivas

Tal y como se mencionó anteriormente, el turismo deportivo a tan larga distancia no tiene el mismo nivel de preferencia que puede tener en los espacios rurales domésticos, debido precisamente a la posibilidad de practicarlo en su lugar de origen y a la presencia de opciones alternativas, en los circuitos analizados, con las que no se cuenta en Europa. El nivel registrado para los circuitos del primer intervalo es un claro reflejo de esta afirmación. A medida que aumenta la duración del circuito crece la posibilidad de practicar deportes complementarios a los otros tipos de turismo; es importante aclarar que las actividades deportivas ofrecidas son medios o herramientas para el disfrute del entorno natural (v.g. buceo para apreciar la biodiversidad subacuática). El intervalo de más de 90 días de duración contiene circuitos en donde se ofrecen en más del 70% la práctica de deportes como un atractivo adicional; esto se explica en parte por la necesidad de recreación activa en períodos tan largos de viaje.

## *Turismo Convencional*

Como se señaló anteriormente, el turismo convencional consolida la incorporación en el mercado de destinos ecoturísticos ya identificados por el turismo no convencional. Los datos para este tipo de turismo provienen de una muestra de catálogos que incluyen 74 circuitos, los cuales tienen una duración menor a 22 días (Figura 4). Para facilitar su análisis, los paquetes se clasificaron en tres grupos, según intervalos de duración similares a los de turismo no convencional.



**Figura 4.** Participación porcentual de los intervalos de duración en los circuitos de turismo convencional.

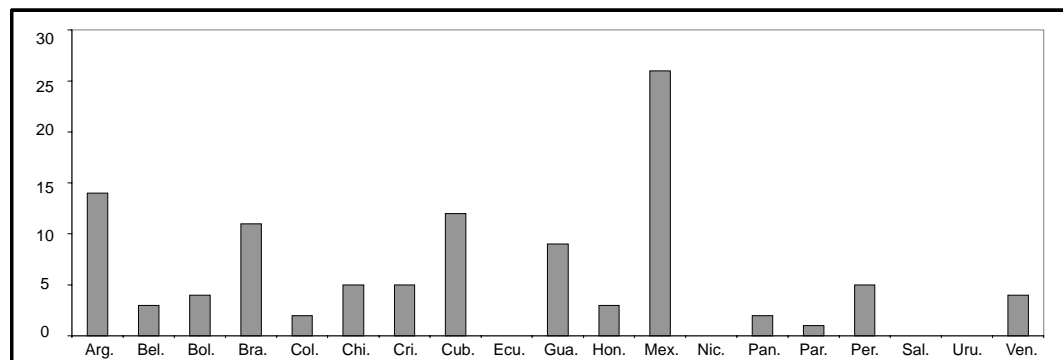
La mayor frecuencia de circuitos se presenta en los intervalos de 8 a 14 días, lo que corresponde con el viaje típico de vacaciones europeas, permitiéndole el acceso a gran parte de la población. Es importante señalar que los circuitos tienen



uno o muy pocos destinos, desde los cuales se realizan recorridos cortos de ida y vuelta, para regresar a Europa partiendo del mismo lugar de arribo.

### Variables Cuantitativas

Se revisa el número de circuitos que se ofrecen en cada país de Latinoamérica. El análisis muestra que el país más ofrecido es México, seguido por Argentina, Cuba Brasil (Figura 5).



**Figura 5.** Participación de países latinoamericanos en los circuitos de turismo convencional analizados.

Los países de mayor frecuencia son el reflejo de estrategias de mercadeo español fuertemente arraigadas en países como México y Cuba. El caso de México de

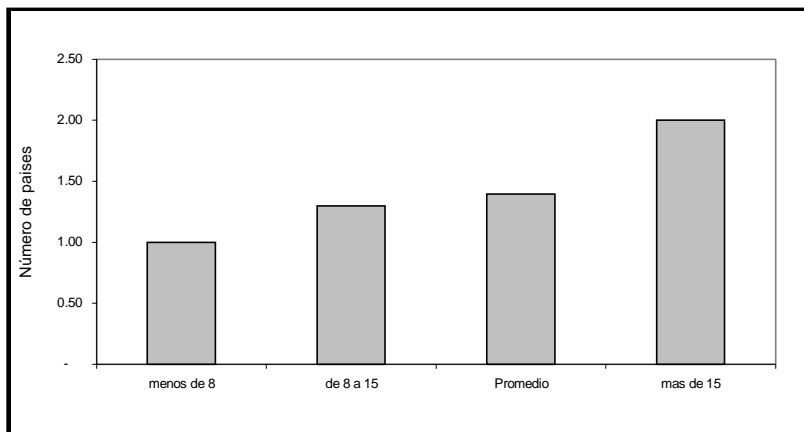
muestra los principales atractivos del turismo convencional: Sol y playa, historia y cultura, y gastronomía. Otro aspecto determinante en la alta participación de países como México y Argentina en los circuitos convencionales, tiene que ver con la compleja infraestructura hotelera con que cuentan, lo que facilita la incorporación de nuevos mercados objetivo (v.g. turismo europeo o canadiense). Colombia es un país que posee infraestructura de servicios superior a la de algunos países de la región que reciben más turismo europeo de tipo convencional; de nuevo, se hace notoria la incidencia de variables como la seguridad en la incorporación de Colombia al mercado turístico europeo.

**Tabla 8.** Número promedio de países incluidos en los circuitos por intervalo de duración en turismo convencional.

Intervalos	Promedio de países
Menos de 8	1.00
De 8 a 15	1.30
Mas de 15	2.00
<b>Promedio</b>	<b>1.39</b>

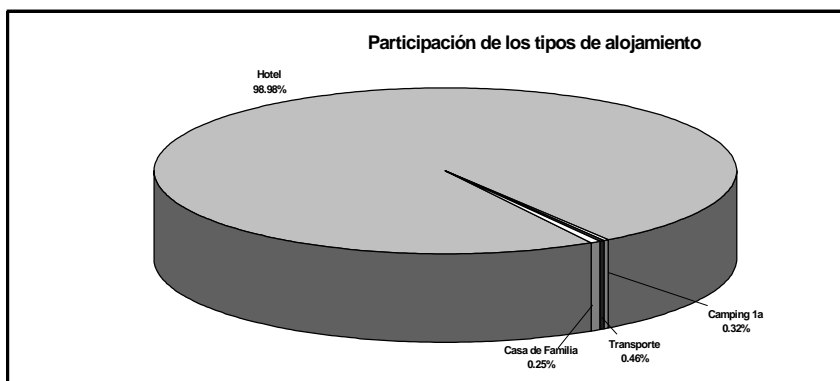
Como se mencionó anteriormente, los paquetes convencionales se caracterizan por permanecer en destinos fijos, con viajes cortos a los alrededores. Para todos los circuitos el promedio de países visitados es de 1,39 sin sobrepasar nunca el promedio de dos países por circuito, en el análisis por intervalos (Tabla 8).

**Figura 6.** Número de países visitados por circuito en turismo convencional.



Ésto refleja la naturaleza de los circuitos turísticos convencionales cuyo poder atractivo es el descanso (Figura 6).

Alojamiento



**Figura 7.** Distribución porcentual del alojamiento en los circuitos de turismo convencional.

Está claro que el turismo convencional, cuyo principal propósito es el descanso, requiere de una completa infraestructura hotelera de servicios básicos y complementarios. La preferencia de este segmento se inclina al alojamiento en hoteles casi en su totalidad, como se puede apreciar en la figura 7.

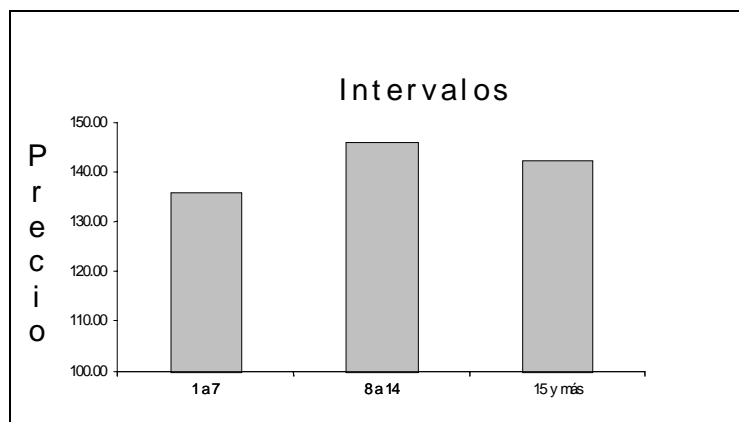
Precio por persona día

En general, se observa que el precio promedio diario de los paquetes turísticos convencionales no varía significativamente entre los diferentes intervalos de duración.

**Tabla 9.** Precio promedio diario de los circuitos turísticos convencionales

Intervalo de duración	Precio diario en USD
1 a 7	135.69
8 a 14	146.22
15 y más	142.46
<b>Promedio</b>	<b>144.81</b>

El primer intervalo alcanza niveles más bajos que el similar de turismo no convencional; esta situación se explica a partir del hecho que el turismo convencional tiene un mayor volumen y frecuencia de operación, lo cual se traduce en menores costos medios como efecto de economías de escala.



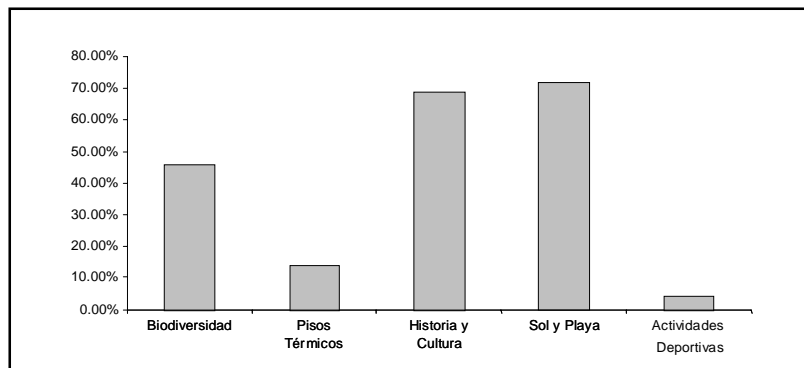
**Figura 8.** Precio promedio de circuitos convencionales por intervalos de duración.

El segundo intervalo, se ajusta a un comportamiento esperado, puesto que una duración superior a siete días permite el desplazamiento a lugares complementarios, lo que aumenta los costos medios diarios. El último intervalo asume los costos de los trayectos adicionales y se repite el efecto de economía de escala, colocando a un nivel más bajo los costos medios diarios por persona (Figura 8).

Sin embargo, debido a las exigencias de acomodación e infraestructura, el precio promedio de los planes convencionales supera en casi 60 dólares el promedio de los circuitos no convencionales; el análisis por intervalos muestra que sólo en los circuitos de menos de ocho días, los planes no convencionales son más costosos, por razones que ya han sido explicadas.

### Variables Cualitativas

Al igual que en los circuitos de turismo no convencional, en este caso se hizo la estimación cualitativa de actividades ofrecidas como atractivo en los catálogos de turismo convencional. Como se observa en la figura 9, es evidente la presencia de las variables historia y cultura, sol y playa como componentes relevantes en la toma de decisiones para elegir un destino dentro de la categoría de turismo convencional.



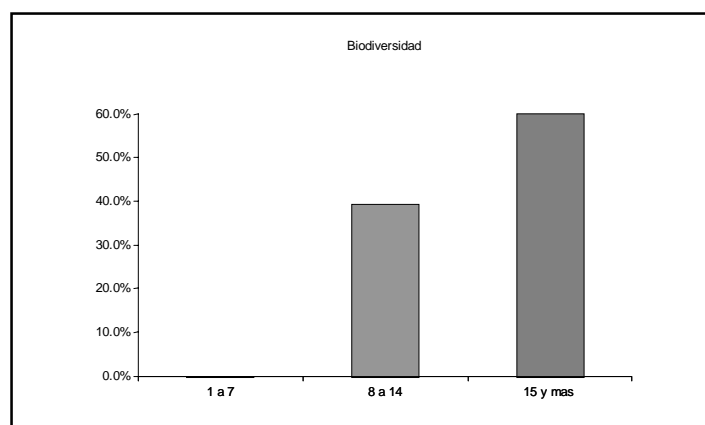
**Figura 9.** Participación de las variables cualitativas en los circuitos de turismo convencional.

En un tercer lugar, siguiendo de cerca a los dos principales componentes, se encuentra la variable diversidad biológica. Es interesante que aún tratándose de turismo convencional, el componente de biodiversidad se ofrezca como atractivo en casi el 50% de los circuitos. La escasa participación del componente pisos térmicos obedece a dos razones: la primera tiene que ver con que la concentración de los circuitos convencionales tiene lugar en países no andinos y en segundo lugar, las cortas duraciones y lo estático de los destinos no favorecen el acceso a diversidad de pisos térmicos. La razón para la escasa participación de las actividades deportivas obedece a las mismas razones del turismo no convencional.

En conclusión, si bien es cierto que el análisis realizado a las variables cualitativas confirma la orientación del turismo convencional hacia actividades de sol y playa e historia y cultura, llama poderosamente la atención el hecho de que la biodiversidad tenga una presencia de cerca del 50%, lo que significa que el turismo de naturaleza entendido como un tipo de turismo complementario al turismo convencional tiene un importante potencial.

### Biodiversidad

Al analizar el comportamiento de esta variable se observa que para el primer intervalo no se hace mención de atractivos relacionados con la biodiversidad, entre otras razones debido al poco tiempo disponible para desplazamientos. Se deduce del comportamiento de esta variable en el primer intervalo, que no hay disponibilidad a viajar desde Europa para ver biodiversidad dentro del turismo convencional. Para los intervalos mayores a ocho días, la diversidad biológica se vuelve atractivo complementario, dada la posibilidad de dedicar parte del tiempo a visitar sitios en las proximidades que ofrezcan este componente (Figura 10).

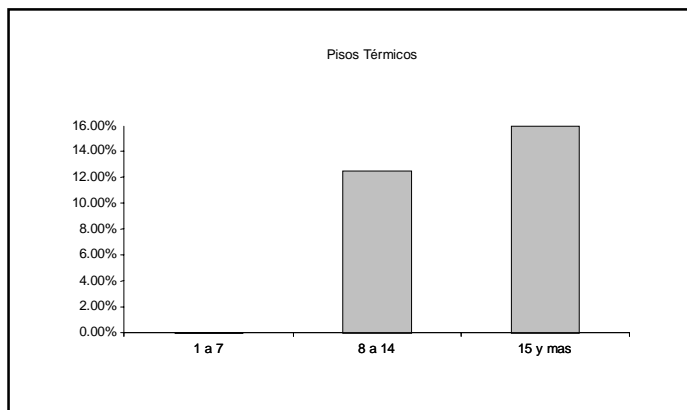


**Figura 10.** Comportamiento de la variable biodiversidad por intervalos de duración en los circuitos de turismo convencional.

Se observa un potencial para el ecoturismo en este segmento del mercado, puesto que en los circuitos de duración mayor a 15 días solamente el 60% ofrecen biodiversidad. Este porcentaje podría subir al 100% con alternativas que propongan dedicación de entre el 10 y el 20% del tiempo total del plan a la visita de sitios de interés ecológico.

### Pisos térmicos

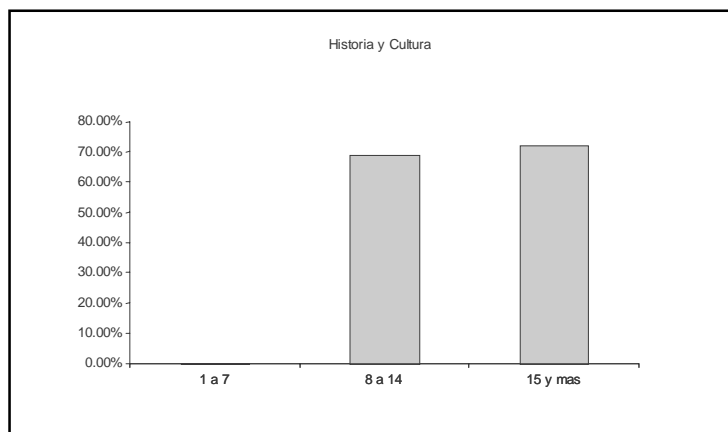
El acceso a diversidad de pisos térmicos es escaso en este tipo de turismo y, como es de esperarse, aumenta con la duración del plan. En el intervalo de máxima duración este componente apenas alcanza el 16% (Figura 11).



**Figura 11.** Comportamiento de la variable pisos térmicos por intervalos de duración en turismo convencional.

### Historia y Cultura

Este componente presenta una participación alta en los planes de más de ocho días de duración, bordeando el 70% de los paquetes ofrecidos debido a la mayor disponibilidad de tiempo para actividades complementarias (Figura 12).

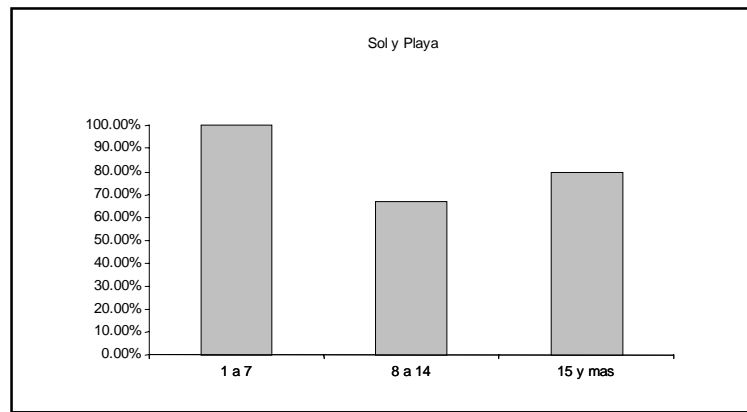


**Figura 12.** Comportamiento de la variable historia y cultura por intervalos de duración en turismo convencional.

En el primer intervalo, de menos de ocho días, los planes no ofrecen sitios de interés histórico y cultural, dado que para esta duración la preferencia del turista se concentra en su totalidad en Sol y playa como se verá más adelante.

### Sol y Playa

Indiscutiblemente, el componente de sol y playa para el turismo convencional es el principal reclamo comercial puesto que aparece en todos los intervalos en más del 60% de los paquetes (Figura 13).

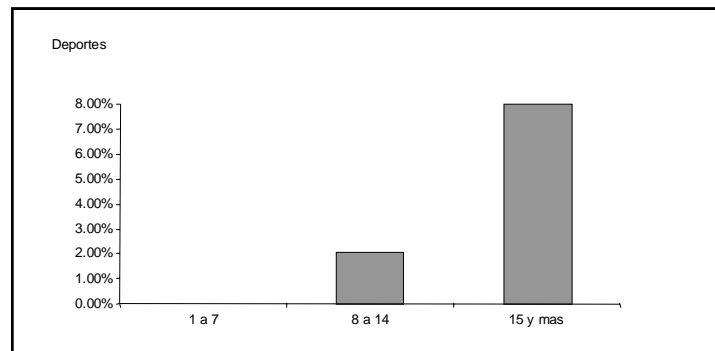


**Figura 13.** Comportamiento de la variable sol y playa por intervalos de duración en turismo convencional.

Para el primer intervalo, es evidente que este componente es el objeto de este tipo de turismo. En los otros intervalos de tiempo, aunque permanece el turismo de sol y playa en buena proporción, se observan combinaciones de diferentes actividades adicionales.

#### Actividades deportivas

Las actividades deportivas no son un componente importante dentro de la oferta de paquetes turísticos convencionales. Su nivel máximo se registra en el intervalo de más de 15 días de duración, con una participación de apenas el 8% (Figura 14).



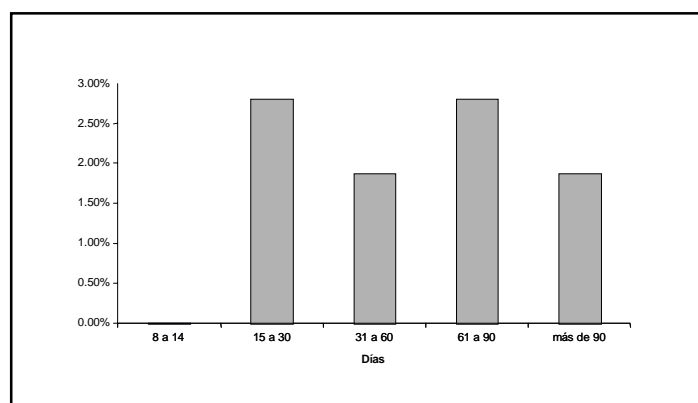
**Figura 14.** Comportamiento de la variable deportes por intervalos de duración en el turismo convencional.

La baja participación se explica por el carácter alternativo de estas actividades, ya que como se explicó en el caso del turismo no convencional, su práctica no es exclusiva de estos lugares de destino y más aún pueden ser practicadas en los lugares de origen de los turistas.

## PARTICIPACIÓN DE COLOMBIA EN LOS CIRCUITOS ANALIZADOS

### *Turismo no convencional*

Dramáticamente se observa que a pesar de ser un país megadiverso, de contar con ecosistemas tan variados como el caribe, la zona andina, los valles interandinos, las sabanas orientales, el andén pacífico y la selva amazónica, entre otros y de estar localizado estratégicamente en Latinoamérica, el total de circuitos que incluyen a Colombia en su recorrido es de apenas el 9,3% del total de la muestra (Figura 15).



**Figura 15.** Inclusión de Colombia en los circuitos de turismo no convencional.

Por intervalos, este 9,3% se distribuye como se observa en la figura: para circuitos de menos de dos semanas se excluye totalmente a Colombia, es decir, no se considera como destino único. En el intervalo de duración de mayor frecuencia en la muestra, el de 15 a 30 días, la participación de Colombia en los circuitos apenas alcanza el 3%. Una vez más se corrobora que factores tales como la seguridad desvirtúan el potencial que comprende la dotación de recursos de Colombia para el ecoturismo de origen europeo.

### *Turismo Convencional*

Los circuitos de turismo convencional de la muestra, ofrecen apenas dos circuitos en Colombia, en el intervalo de 8 a 14 días de duración. Así como en el turismo no convencional, la incidencia del factor seguridad es evidente. Dados los requerimientos de este tipo de turismo, Colombia se enfrenta a una mayor competencia en la región, que se traduce en una alta sensibilidad a factores como seguridad.

### *Tratamiento de la Biodiversidad en el Ecoturismo*

Dado que la biodiversidad reviste de un interés especial, en este apartado se analiza con mayor detalle el desempeño de la variable diversidad biológica en los circuitos de la muestra. Para hacer explícito el uso que hace la industria del turismo de la biodiversidad, se crearon varios tópicos a partir de palabras claves presentes en los textos de los catálogos que promocionan los atractivos de los circuitos. Para este análisis se manejó únicamente la información proveniente de los circuitos que se clasificaron como oferentes de biodiversidad (Tabla 10).

**Tabla 10.** Tópicos de la biodiversidad de interés ecoturístico.

TOPICOS	PALABRAS CLAVES
Ecosistemas	Selva Húmeda Tropical Selva Bosque Bosque de niebla Selva Amazónica Selva húmeda del Amazonas Selva densa
Especies Animales Específicas	delfines, culebras, jaguares y plantas carnívoras, cocodrilos, anacondas, felinos, aves marinas y leones marinos, tortugas, micos, pingüinos, elefantes marinos, tortugas galápagos, cóndores y colibríes, loros, guacamayas, jaguares y ciervos, focas, avestruces y ballenas, águilas, chigüiros, tucanes, perezosos y pelícanos, quetzal, iguana, manatíes, flamencos, albatros, llamas y alpacas, caracoles, mariposas, etc.
Diversidad Marina	vida marina mamíferos de mar exploración submarina arrecifes de coral vida submarina
Flora y Fauna en general	vida salvaje aves fauna y flora mamíferos extraños únicos en Suramérica vida vegetal
Valor Escénico	Cascadas Cataratas Glaciares
Comunidades Locales	aldeas indígenas vida indígena indios, campesinos locales guías locales comunidades indígenas cultura indígena mercados de indígenas nativos comunidades nativas campesinos indígenas guías locales naturalistas
Áreas protegidas	Santuarios parques nacionales reservas estatales y privadas reservas de páramo
Fotos Biodiversidad	imágenes ofrecidas en los folletos relacionadas con biodiversidad : selva, animales, parques nacionales, atractivos naturales

Con esta información se realizó la estimación del porcentaje de circuitos que contiene el tópico correspondiente en su catálogo a través de cualquiera de las palabras claves mencionadas.

### Turismo no Convencional

Total de circuitos analizados: 107

Total de circuitos que ofrecen biodiversidad bajo los tópicos mencionados: 107

Porcentaje del total de circuitos: 81.3%

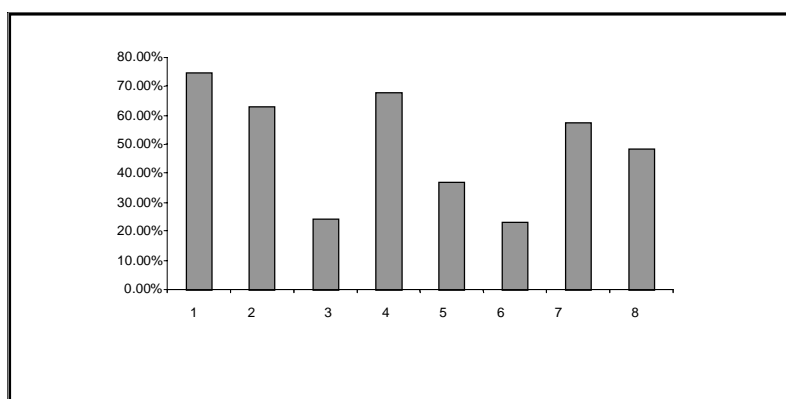
Región: Centro América, Sur América.



**Tabla 11.** Participación porcentual de los tópicos de biodiversidad en los circuitos de turismo no convencionales.

TOPICOS	%
Ecosistemas	74.71
Especies Animales Específicas	63.22
Diversidad Marina	24.14
Flora y Fauna en general	67.82
Valor Escénico	36.78
Comunidades Locales	22.99
Areas protegidas	57.47
Fotos Biodiversidad	48.28

Los tópicos de mayor utilización son los relacionados con ecosistemas y fauna y flora en general; esto obedece a la dificultad para los destinos selváticos de destacar especies cuya observación se garantice, dada la altísima diversidad y dispersión de éstas, propio de los ecosistemas tropicales. El tercer tópico en importancia corresponde a la mención de especies particulares; la mayor parte de estos circuitos tienen lugar principalmente en la zona austral y galápagos, donde la localización y concentración masiva de las especies hace fácil su observación (Tabla 11).



**Figura 16.** Participación porcentual de los tópicos de biodiversidad en los circuitos de turismo no convencionales. Donde: 1 Ecosistemas; 2 Especies; 3 Diversidad Marina; 4 Flora y Fauna en General; 5 Valor Escénico; 6 Comunidades Locales; 7 Areas Protegidas; 8 Fotos Biodiversidad.

El siguiente tópico en importancia es el de áreas protegidas, mostrando el potencial que los parques naturales y reservas privadas tienen en el mercado de ecoturismo europeo mediante la oferta de circuitos que incluyan biodiversidad. Las comunidades locales relacionadas en este análisis se entienden en función de su relación con el entorno físico. Es clara la vinculación de la población local con algunas fases de los programas; en algunos casos se presenta la posibilidad de realizar recorridos interpretativos con guías locales. Se advierte este tipo de vinculación casi que exclusivamente en los recorridos por selva tropical. Además del análisis de las palabras claves, se evaluó la utilización de fotos en los catálogos como instrumento de promoción de biodiversidad, pues consideramos que es importante la creación de estereotipos que representen de alguna manera los distintos atractivos a los que se puede acceder (Figura 16).

tintos atractivos a los que se puede acceder (Figura 16).

### Turismo Convencional

Total de circuitos analizados : 74

Total de circuitos que ofrecen biodiversidad bajo los tópicos mencionados : 34

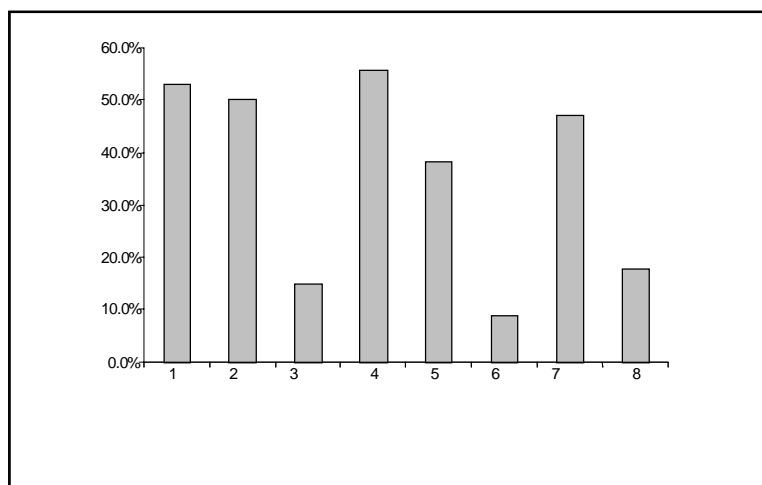
Porcentaje del total de circuitos: 45,6%

Región : Centro América, Sur América (Tabla 12).

**Tabla 12.** Participación porcentual de los tópicos de biodiversidad en los circuitos de turismo convencional.

TOPICO	PORCENTAJE
Ecosistemas	52.9%
Especies Animales Específicas	50.0%
Diversidad Marina	14.7%
Flora y Fauna en general	55.9%
Valor Escénico	38.2%
Comunidades Locales	8.8%
Areas protegidas	47.1%
Fotos Biodiversidad	17.6%

Se observa que el tratamiento de la biodiversidad en los catálogos de turismo convencional es similar en cuanto a los tópicos propuestos, siendo prioritario el tópico fauna y flora en general. Sin embargo, se debe notar que los porcentajes de frecuencia de palabras clave es mucho menor en los planes convencionales.



**Figura 17.** Participación porcentual de los tópicos de biodiversidad en los circuitos de turismo convencional. Donde: 1 Ecosistemas; 2 Especies; 3 Diversidad Marina; 4 Flora y Fauna en General; 5 Valor Escénico; 6 Comunidades Locales; 7 Areas Protegidas; 8 Fotos Biodiversidad.

Elementos como las fotografías relacionadas con diversidad biológica son fundamentales en circuitos no convencionales mientras que en los planes convencionales ocurre lo contrario, donde sólo el 17,6% de los mismos promocionan el atractivo de biodiversidad por este medio (Figura 17).

## OBSTÁCULOS IDENTIFICADOS PARA EL ACCESO DE COLOMBIA A LOS CIRCUITOS

Según el último informe de OMT, los obstáculos que enfrenta Colombia se dividen en dos tipos de factores:

Factores negativos de los productos turísticos colombianos:

- *La sobreoferta hotelera, puede constituir una desventaja en la estrategia de mediano plazo en la medida en que conduce a bajar la rentabilidad de las empresas y esto inexorablemente se traduce en desmejoras de la calidad y desestímulos al crecimiento.*
- *Condicionamientos macroeconómicos y de política fiscal como las tasas de interés, la carga impositiva o la relación de cambio de moneda, que inciden en mayores costos de inversión o de operación o en una relación precio desfavorable. Tales condicionamientos hacen de Colombia un destino con unos productos turísticos más costosos que los del resto de países competidores, lo que repercute en una menor demanda internacional y en la pérdida del mercado interno.*
- *Además de la inseguridad generada por problemas de orden público, que afecta el turismo receptivo, debemos tener en cuenta la inseguridad generada por la inestabilidad normativa que es la que afecta principalmente a la inversión extranjera. No se siente respaldo por una legislación estable y amplia, lo que conduce a que los inversores extranjeros no arriesguen su capital. Otros factores que generan inseguridad al inversionista extranjero son la variabilidad de las tarifas de puertos y servicios públicos.*

Factores negativos de las actividades de marketing y promoción:

- *La inseguridad y la imagen que Colombia proyecta al exterior.*
- *En relación con turismo, Colombia no tiene una imagen desfavorable, lo que predomina es un estado de carencia de imagen en relación con los medios profesionales de la industria, como aerolíneas, operadores, mayoristas y entre los consumidores potenciales europeos.*
- *Se exceptúa en los Estados Unidos el caso de la Florida, donde la Asociación Colombia – Narco es instantánea, pero la Florida no es un generador de turismo sino un captador. En Venezuela, Ecuador, Argentina y Chile, Colombia tiene una imagen en general buena, que se puede extender a todo el contexto Latinoamericano.*

Adicionalmente a los aspectos referidos anteriormente, de cara a identificar otro tipo de obstáculos, la estrategia de ventas de los tour operadores europeos, no convencionales, es una muy buena referencia de comparación para saber si se cumple o no con los requisitos exigidos. Los siguientes 10 puntos son las razones expuestas por DRAGOMAN (tour operador británico no convencional) a sus clientes, a través de su estrategia de ventas:

Usted conseguirá lo máximo de sus viajes: ¿Por qué? Tripulación de dos profesionales; itinerarios flexibles; vehículos autosuficientes; muchas oportunidades de explorar por su propia cuenta o con un grupo.

Usted tendrá mas tiempo para explorar: ¿Por qué? Nuestros rápidos camiones

Mercedes son constantemente revisados para minimizar las fallas mecánicas y los retrasos.

Su seguridad personal y salud están expuestas a menor riesgo: ¿Por qué? Los camiones cuentan con una carrocería fuerte en acero; un botiquín de primeros auxilios muy completo; dos tripulantes experimentados.

Sus pertenencias están más seguras: ¿Por qué? La carrocería del camión es completamente segura; el dinero y los pasaportes están seguros.

Excelente visibilidad con buena protección climática: ¿Por qué? Los lados del camión son abiertos con ventanas en vidrio que abren y cierran completamente (no hay ventanas de plástico); hay sillas en el techo.

Comerá buena comida: ¿Por qué? Hay grandes fondos comunes controlados por USTED (no por la compañía); comida de calidad y abundante; extenso equipo de cocina de alta calidad; refrigerador.

Usted tendrá espacio más que suficiente: ¿Por qué? Habitáculo para estar de pie; varios compartimentos de equipaje.

Usted viajará confortablemente: ¿Por qué? La carrocería del vehículo le protege de condiciones climáticas extremas, Hay asientos confortables de bus; mesas para juegos de cartas; herramientas de campo; varias carpas para dos personas.

Usted tendrá el mejor alojamiento en el área: ¿Por qué? Ya sea en instalaciones de camping; o en hoteles dependiendo del sitio que se esté visitando; equipos de camping de buena calidad.

Para su tranquilidad: ¿Por qué? Excelente apoyo en caso de problemas; sistemas de gestión de calidad adoptados (certificado de calidad ISO 9001).

De lo anterior es de destacar la importancia que el tour operador asigna a :

- Itinerarios flexibles.
- Seguridad, salud y poca exposición al riesgo.
- Alojamiento de buena calidad.
- Buena calidad de alimentación.
- Comodidad.
- Calidad uniforme.

### **Demanda Potencial de Turismo de Naturaleza**

Este apartado busca estimar la demanda potencial por turismo de naturaleza de origen europeo, entendida esta como los volúmenes de turistas esperados para los que Colombia podría ser un destino alternativo, y desde el punto de vista económico que supone el gasto de estos turistas en Colombia y su área de influencia.

#### ***Metodología***

La aproximación a la demanda potencial se realiza en orden descendente, de lo

general a lo particular, es decir, del análisis de las regiones, pasando por la Subregión y concluyendo con la situación en Colombia; determinando así los distintos niveles de demanda a los que Colombia puede acceder. Este análisis se realiza a partir de la información contenida en la base de datos de la OMT y consultada en el mes de Julio de 1998, ofrecida a través de su acceso a estadísticas mediante página web. Las variables utilizadas fueron dos: el volumen de turistas procedentes de Europa y los gastos totales de estos turistas. Con el propósito de realizar una descripción de la demanda, se analizaron los datos de participación acumulada en el período así como el comportamiento de estas variables a lo largo de este. De otra parte y con el fin de explicar las situaciones detectadas en la descripción anterior, se realizaron estimaciones de la contribución al crecimiento de las variables analizadas, mediante la utilización de un índice de contribución.<sup>18</sup>

En vista de que el objetivo es establecer la demanda potencial a futuro, se realizan proyecciones para los 5 años siguientes al último dato disponible en la OMT, tanto para los volúmenes de turistas europeos como para los gastos totales. Dichas proyecciones han sido realizadas mediante la utilización de regresiones lineales y extrapolación de las mismas y utilizando como criterio de selección el coeficiente de regresión mas alto. El anterior ejercicio metodológico se realizó como una alternativa a la ausencia de información relativa a estos aspectos. No existe información oficial fiable sobre turismo de naturaleza y/o ecoturismo.

### **Análisis de la Información**

En este apartado se hace el análisis de lo ocurrido en los tres niveles: Regiones, Subregión y Colombia en los último 12 años. Debido a la disponibilidad de información en la OMT, el período analizado para las regiones comprende de 1985 a 1997. Para el análisis de la Subregión y Colombia, el período fue necesario fijarlo de 1985 a 1996.

#### **Regiones.**

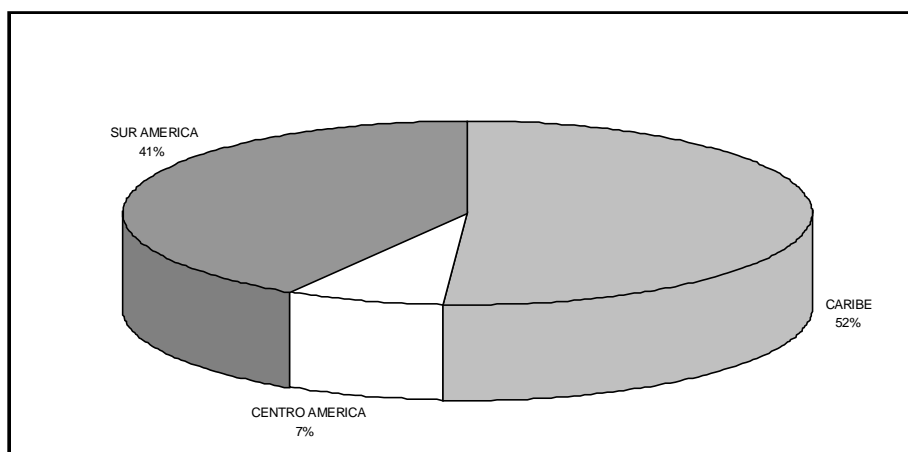
En primer lugar, se hace una estimación del volumen total de turistas procedentes de países europeos que llegan al conjunto de las siguientes regiones:

- Centro América
- Caribe
- Sur América

Los países europeos de origen de los turistas que se utilizaron para este análisis son los siguientes:

1. Alemania	8. Francia	15. Polonia
2. Austria	9. Grecia	16. Portugal
3. Bélgica	10. Holanda	17. Reino Unido
4. Bulgaria	11. Hungría	18. Suecia
5. Dinamarca	12. Irlanda	19. Suiza
6. España	13. Italia	
7. Finlandia	14. Noruega	

<sup>18</sup> Para la estimación del índice de contribución, se procedió de la siguiente manera: se tomó la variación porcentual en llegadas procedentes de países europeos a los distintos niveles para los períodos correspondientes, y se ponderó por la participación de cada país europeo en el total de llegadas. Estos cálculos se realizaron con base en datos de la OMT.

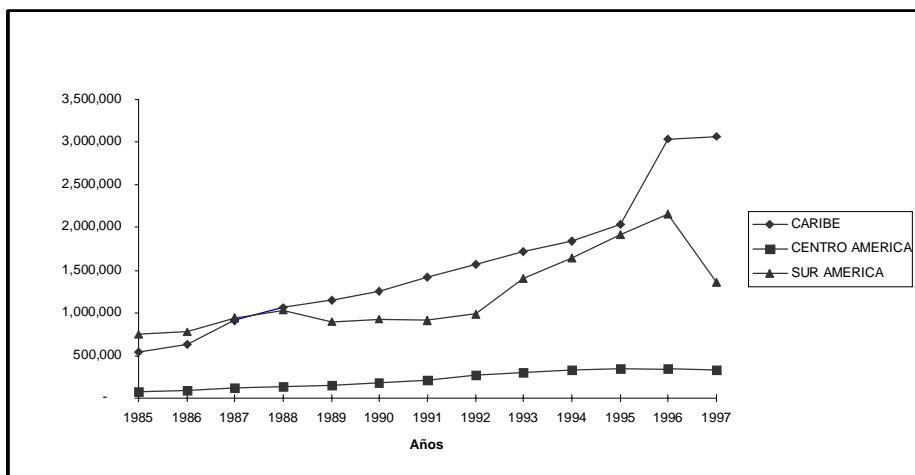


**Figura 18.** Participación porcentual de llegadas de turistas europeos a regiones en el período 1985 - 1997.

La región *Caribe* es con un 52%, el principal receptor de turistas provenientes de los países europeos considerados. En segundo lugar se sitúa la región de *Sur América*, la cual recibió el 41% de estos turistas para el mismo período. El último lugar lo ocupa la región *Centro América* con una participación del 7%. Considerando exclusivamente el volumen de turistas que llega a las regiones, como criterio de identificación de mercado potencial, la anterior situación sugiere que Colombia debería prestar especial atención a la región Caribe en el momento de trazar políticas de fomento al turismo. Dado que los ecosistemas que soportan el turismo en la región Caribe presentan cierta homogeneidad, es de esperar que el turismo de naturaleza en Colombia fuese objeto de fomento entre los turistas europeos que visitan esta región.

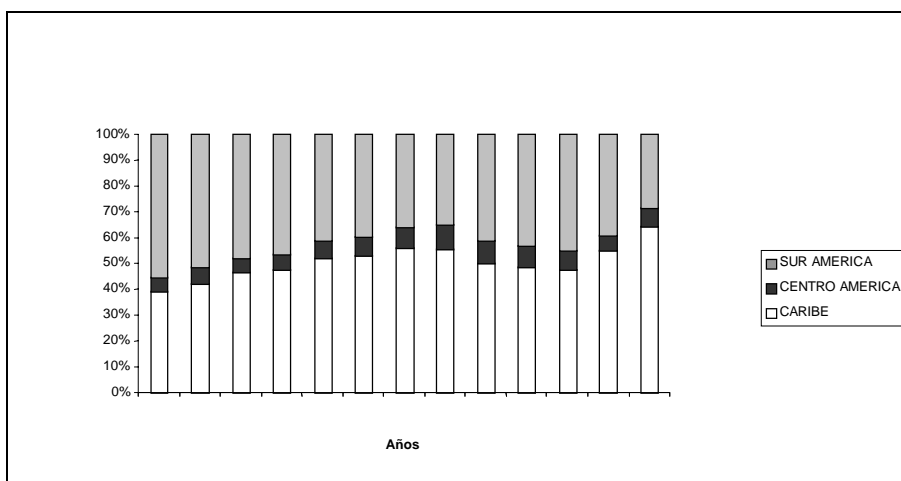
El tipo de turismo predominante en la región Caribe es el de Sol y Playa. Así mismo, el turismo *convencional* es el que domina en esta región. Este tipo de turismo, como ya se vio en la caracterización, asigna importancia a la presencia de biodiversidad en los circuitos analizados, con lo cual es de esperar que una estrategia de complementariedad de turismo de naturaleza, sería viable para aprovechar la gran afluencia de turistas europeos frente a las otras regiones. Los parques naturales submarinos como Corales del Rosario, o las reservas de interés natural acompañadas de sol y playa, como es el caso de Providencia, son ejemplos de productos susceptibles de ser ofrecidos como turismo de naturaleza en el Caribe colombiano al mercado europeo.

Con respecto a la situación en Sur América, si bien esta región representa un 41%, es importante llamar la atención sobre la relevancia que puede tener el Cono Sur en este porcentaje. Para efectos de turismo, los productos ofrecidos en aquella Subregión no son viables de ser ofrecidos en Colombia; tal es el caso de visita a glaciares, paisajes australes y observación de fauna patagónica, presente en los catálogos que promocionan circuitos en aquella Subregión. Sin embargo, es importante recordar la privilegiada localización de Colombia para servir de punto de inicio de grandes circuitos suramericanos. El análisis de las tendencias observadas para cada una de las regiones, refuerza el argumento en favor de la región Caribe. En la siguiente figura se ilustra el comportamiento de cada una de las regiones, a lo largo del período analizado.



**Figura 19.** Llegadas de turistas europeos a regiones.

Se observa que la región Caribe ha sido la más visitada durante el período analizado, excepto para los años 1985 y 1986, describiendo una tasa de crecimiento constante desde 1986 a 1995. En 1996 se advirtió una variación anual del 50% en el volumen de turistas a la región, distanciándola aún más de las otras regiones. De este 50%, 39.2% corresponde a la suma de los incrementos de cuatro países: Alemania con 16.53%, Italia con el 18.77%, Reino Unido con 7.87% y España con 6.03%.<sup>19</sup> La evolución de la participación de las regiones en el total de viajeros se aprecia en la figura 20.



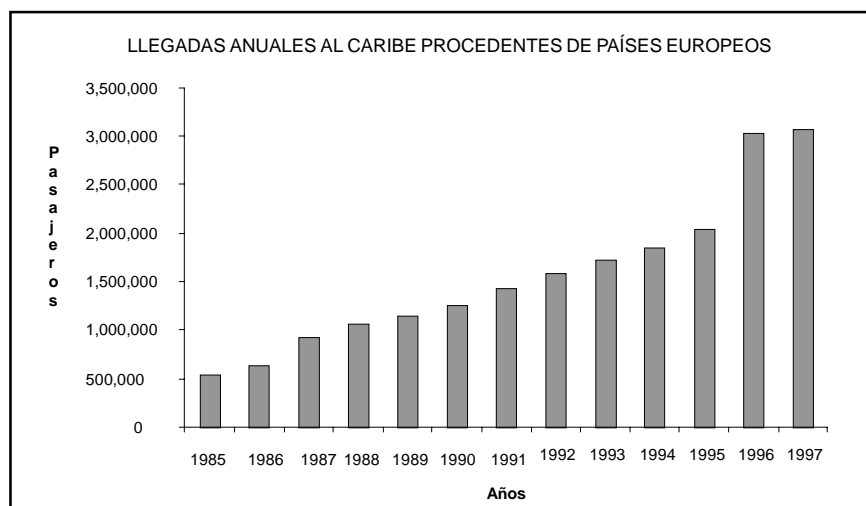
**Figura 20.** Participación porcentual de las regiones en el volumen de turistas procedentes de Europa.

De esta figura se deduce que el aumento de participación de la región Caribe ha sido en detrimento de Sur América, toda vez que la participación de Centro América a lo largo del período se ha mantenido relativamente constante.

<sup>19</sup> Para la estimación de estos porcentajes se procedió de la siguiente manera : se tomo la variación porcentual en llegadas al Caribe de cada país europeo para el período 1995 - 1996 y se ponderó por la participación de cada país europeo en el total de llegadas al Caribe para el año 1995. Estos cálculos se realizaron con base en datos de la OMT.

### Región Caribe.

En este apartado se abordan dos aspectos interesantes a esta región, la tendencia observada en el período analizado en cuanto a volúmen de viajeros y por otra parte, la composición por países de origen del volúmen de viajeros europeos. En el primera caso, la siguiente figura ilustra el continuo crecimiento del volúmen de visitantes a la región Caribe a lo largo del período.



**Figura 21.** Llegadas anuales al Caribe procedentes de países europeos.

La anterior muestra es muy elocuente de lo sucedido en los 11 años que van de 1985 a 1996, período en el cual el volumen de visitantes a la región Caribe se multiplicó por seis, pasando de cerca de los 500.000 a los 3 millones de visitantes anuales. Para explicar lo anterior, se analiza el período 1985-1995. El crecimiento continuo durante este período, que pasó en 1985 de 526,752 turistas a 2,036,150 en 1995, se explica por el aumento de llegadas provenientes principalmente de cinco países. En orden de importancia por la contribución al crecimiento, estos países son : Alemania (19%), Francia (16%), Reino Unido (14%), Italia (13%) y Holanda (10%). En total estos cinco países explican el 71% del aumento de llegadas de turistas europeos en el período, para toda la región.

En la tabla 13, se observan los valores absolutos de llegadas por países de origen, que permitió hacer la estimación de contribución al crecimiento<sup>20</sup>.

**Tabla 13.** Llegadas al Caribe por países para los años 1985 y 1995.

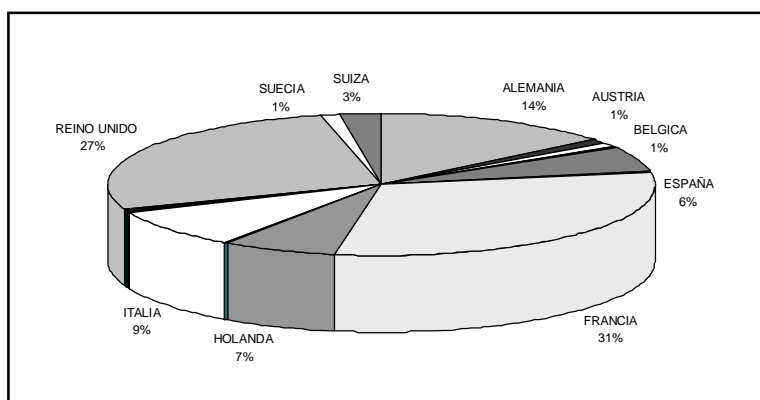
CENTRO AMERICA	1985	1997
SUIZA	4,123	18,670
<b>SUECIA</b>	<b>228</b>	<b>5,371</b>
FRANCIA	9,440	30,502
<b>ALEMANIA</b>	<b>16,163</b>	<b>61,365</b>

<sup>20</sup> La estimación de los porcentajes citados se realizó mediante el cálculo de variación de cada país entre los dos años, ponderado por la participación porcentual de cada país en las llegadas totales de 1995.



NORUEGA	153	3,837
HOLANDA	7,193	26,412
<b>ITALIA</b>	<b>11,600</b>	<b>48,037</b>
PORTUGAL	63	806
BELGICA	708	8,401
<b>ESPAÑA</b>	<b>15,505</b>	<b>60,418</b>
<b>DINAMARCA</b>	<b>248</b>	<b>6,001</b>
IRLANDA	78	1,041
GRECIA	473	1,231
FINLANADIA	80	1,314
<b>AUSTRIA</b>	<b>250</b>	<b>7,781</b>
<b>REINO UNIDO</b>	<b>13,587</b>	<b>46,442</b>
<b>TOTAL</b>	<b>79,892</b>	<b>327,629</b>

Una vez más es preciso llamar la atención sobre la importancia de dirigir esfuerzos en materia de planificación y fomento del turismo hacia este importante mercado. El turismo de naturaleza es plenamente compatible con los productos ofrecidos en la región. De cara a diseñar una estrategia para aumentar la participación en el mercado de la región Caribe, es importante conocer la procedencia por países de estos visitantes europeos. La siguiente figura señala la situación de procedencia.



**Figura 22.** Participación porcentual de turistas europeos que visitaron el Caribe en el período 1985-1997.

La procedencia de turistas europeos a la región Caribe es mayoritariamente dominada por dos países : Francia con 31% y Reino Unido con 27%. Es importante señalar que los dos países cuentan con colonias en la región, con lo cual es de esperar que dichas islas tengan cautivo una parte significativa del mercado de estos países. Para otros destinos de la región, como es el caso de Colombia, es presumible que puedan contar con una parte de este mercado, de características nacionales, siempre y cuando satisfagan los requerimientos de la demanda. De otra parte, si se tiene en cuenta el comportamiento de la participación tanto de Francia como Reino Unido en llegadas a la región, para el período 1985 - 1996, se observa que pasó del 37.05% al 24.77% y del 31.4% al 22.69% respectivamente. Esta disminución en la participación, sugiere que el aumento registrado para la región fue debido a un incremento muy significativo del turismo proveniente de países europeos que no tienen colonias, tales como Alemania, Italia y España (Figura 22). En la tabla 14, se presentan las variaciones en participación :

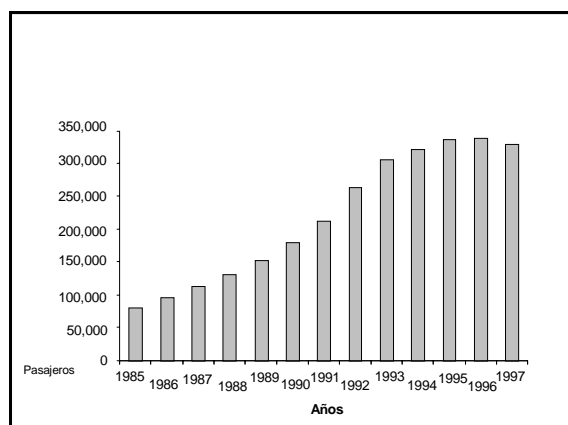
**Tabla 14.** Participación de países europeos en llegadas al Caribe para los años 1985 y 1996.

PAISES	1985 %	1996 %
Suiza	1.76	1.85
Suecia	0.84	0.52
<b>Francia ↓</b>	<b>37.05</b>	<b>24.77</b>
<b>Alemania ↑</b>	<b>9.66</b>	<b>18.98</b>
Noruega	0.31	0.23
Holanda	4.34	5.78
<b>Italia ↑</b>	<b>8.114</b>	<b>12.56</b>
Portugal	0.06	0.56
Bélgica	0.35	1.67
<b>España ↑</b>	<b>5.30</b>	<b>7.40</b>
Dinamarca	0.17	0.43
Irlanda	0.05	0.28
Grecia	0.06	0.10
Finlandia	0.22	0.15
Austria	0.28	2.04
<b>Reino Unido ↓</b>	<b>31.40</b>	<b>22.69</b>

De lo anterior se desprende que una política de promoción de turismo en la región Caribe colombiana, debe considerar la importancia relativa de los seis países de mayor participación en las llegadas de turistas europeos a la región.

### Región Centro América

La tendencia observada en el volumen de visitantes a esta región se ilustra en la figura 23.

**Figura 23.** Llegadas anuales a Centroamérica procedentes de países europeos.

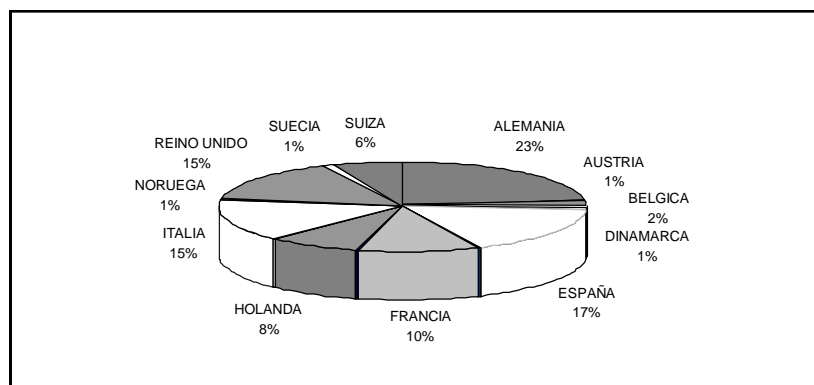
Pese a su poca participación, esta región presenta un crecimiento significativo durante el período analizado, ralentizando su crecimiento a partir de 1992, lo cual lleva a una menor tasa de crecimiento, que desde 1996 se hace negativa. Para el período comprendido entre 1985 y 1997, la región Centro América presentó un aumento en las llegadas de turistas europeos, pasando de 79.892 en 1985, a 327.629 en 1997. La contribución de los países europeos a este crecimiento, a diferencia de la región Caribe, no se encuentra en unos pocos. En esta región swl 71% del crecimiento ponderado, se atribuye a la contribución de siete países: Austria (15%), España y Alemania (11% c/u), Italia (10%), Dinamarca (9%), Suecia

(8%) y Reino Unido (7%). En la tabla 15, se observan los valores absolutos de llegadas por países de origen, que permitió hacer la estimación de contribución al crecimiento<sup>21</sup>.

**Tabla 15.** Llegadas a Centro América por países para los años 1985 y 1997.

CENTRO AMERICA	1985	1997
SUIZA	4,123	18,670
<b>SUECIA</b>	<b>228</b>	<b>5,371</b>
FRANCIA	9,440	30,502
<b>ALEMANIA</b>	<b>16,163</b>	<b>61,365</b>
NORUEGA	153	3,837
HOLANDA	7,193	26,412
<b>ITALIA</b>	<b>11,600</b>	<b>48,037</b>
PORTUGAL	63	806
BELGICA	708	8,401
<b>ESPAÑA</b>	<b>15,505</b>	<b>60,418</b>
<b>DINAMARCA</b>	<b>248</b>	<b>6,001</b>
IRLANDA	78	1,041
GRECIA	473	1,231
FINLANADIA	80	1,314
<b>AUSTRIA</b>	<b>250</b>	<b>7,781</b>
<b>REINO UNIDO</b>	<b>13,587</b>	<b>46,442</b>
<b>TOTAL</b>	<b>79,892</b>	<b>327,629</b>

En cuanto a la composición del volumen total de turistas europeos por país de origen, la siguiente figura muestra la participación de cada país en el acumulado del período. Es importante señalar que en la figura 24, se ilustra la participación porcentual de cada país europeo en el período y no su contribución al crecimiento.



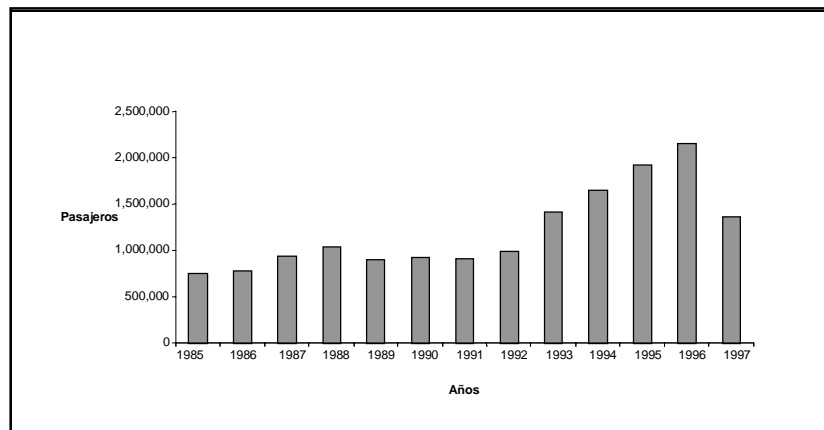
**Figura 24.** Participación porcentual de turistas europeos que visitaron el Caribe en el período 1985-1997.

Analizando la figura anterior se advierte una alta participación de visitantes procedentes de Alemania (23%) y de España (17%). De este último llama la atención, para el caso colombiano, que los motivos de visita más que sol y playa, como podría ser en la región Caribe pueden ser culturales y paisajísticos. A este respecto la cultura hispánica es un producto que Colombia puede ofrecer como complemento al turismo de naturaleza para el mercado español.

<sup>21</sup> La metodología de estimación fue la misma que para la región Caribe.

Región Sur América.

La tendencia observada del número de turistas europeos a la región Sur América, se ilustra en la figura 25.



**Figura 25.** Llegadas anuales a Suramérica procedentes de países europeos.

Del año 1985 al 1992 se registró un crecimiento moderado en el volumen de llegadas pasando de 700.000 a un millón. Desde 1993 hasta 1996 se observó un alto crecimiento pasando de un millón a finales de 1992 a poco más de dos millones. En el año 1997 las cifras de la OMT registraron un muy significativo descenso en el volumen de turistas a la región. Se presenta para este año un volumen inferior al registrado en 1993. Este descenso acusado en las llegadas distorsiona sensiblemente el análisis. Dado que se trata del último año registrado por la OMT, es posible que aún sea objeto de revisiones, por lo que nos abstenemos de incluir el año 1997 en el análisis. El aumento de 750.044 a 2.154.445 llegadas de turistas europeos a la región Sur América el período 1985 -1996, se debió en un 80.54% a la contribución de tan solo cuatro países : España (37.55%), Alemania (18.67%), Italia (13.34%) y Reino Unido (10.98%).

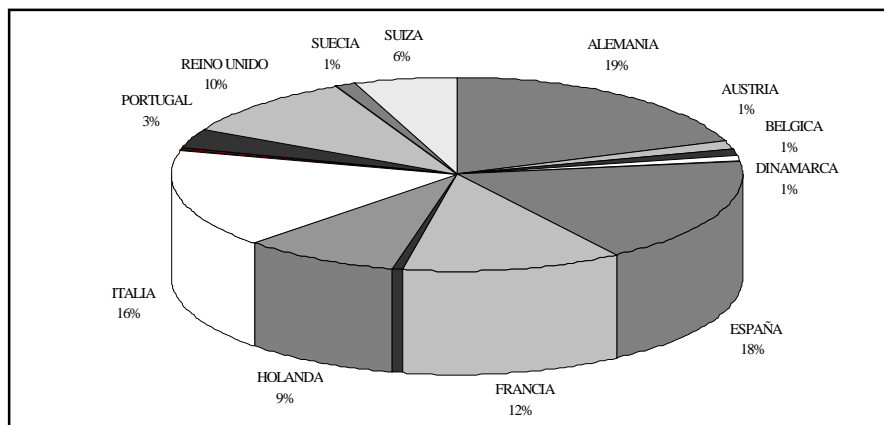
Los cálculos de las estimaciones anteriores se basaron en los datos contenidos en la tabla 16.

**Tabla 16.** Llegadas a la región Sur América por países para los años 1985 y 1997.

SUR AMERICA	1985	1997
SUIZA	58,946	33,341
SUECIA	12,652	14,576
FRANCIA	107,365	162,282
<b>ALEMANIA</b>	<b>139,252</b>	<b>210,312</b>
NORUEGA	5,803	6,146
HOLANDA	85,629	136,530
<b>ITALIA</b>	<b>123,528</b>	<b>218,832</b>
PORTUGAL	32,281	20,413
BELGICA	10,783	13,117
<b>ESPAÑA</b>	<b>78,054</b>	<b>355,513</b>
DINAMARCA	7,841	8,132
IRLANDA	n.d.	2,537
GRECIA	4,320	3,160

FINLANADIA	699	3,670
AUSTRIA	12,462	12,372
<b>UK</b>	<b>70,429</b>	<b>160,216</b>
<b>TOTAL</b>	<b>750,044</b>	<b>1,361,149</b>

La figura 26 muestra la situación referente al volumen total acumulado de llegadas de turistas europeos por países de procedencia, es decir, sin tener en cuenta cual de ellos aumentó en mayor medida su participación.



**Figura 26.** Participación porcentual de turistas europeos que visitaron Suramérica en el período 1985-1997.

Más del 50% de los turistas europeos que visitaron Sur América en este período procedieron de tres países: Alemania 19%, España 18% e Italia 16%. De cara a contribuir a la definición de una estrategia orientada a penetrar en este segmento de mercado, es importante considerar, además de la importancia en el volumen total acumulado, el grado de dinamismo que presenta cada mercado y que fue recogido anteriormente, donde España, Alemania, Italia y Reino Unido son los mercados que presentan la mejor combinación volumen-dinamismo. En ambos análisis coinciden los tres primeros países, con la salvedad que en volumen es más importante Alemania que España.

### **Subregión.**

Esta Subregión ha sido definida atendiendo a los siguiente criterios:

- El diseño de los circuitos analizados en este estudio indican la participación de más de un país en cada uno de ellos.
- En el caso de los circuitos suramericanos, se detectó la inclusión de Colombia y los países limítrofes.
- Dada la naturaleza plurinacional de los circuitos, en los cuales el lugar de inicio puede ser cualquiera de estos países, es de interés para los responsables del turismo de naturaleza en Colombia, conocer las tendencias de llegadas en los aeropuertos de los países vecinos, como una aproximación a la demanda potencial en zonas limítrofes.

Los países que conforman la Subregión y las zonas colombianas susceptibles de ser vinculadas a circuitos de turismo de naturaleza, con inicio o continuación en dichos países, son (Tabla 17):

**Tabla 17.** Zonas de turismo de naturaleza en Colombia.

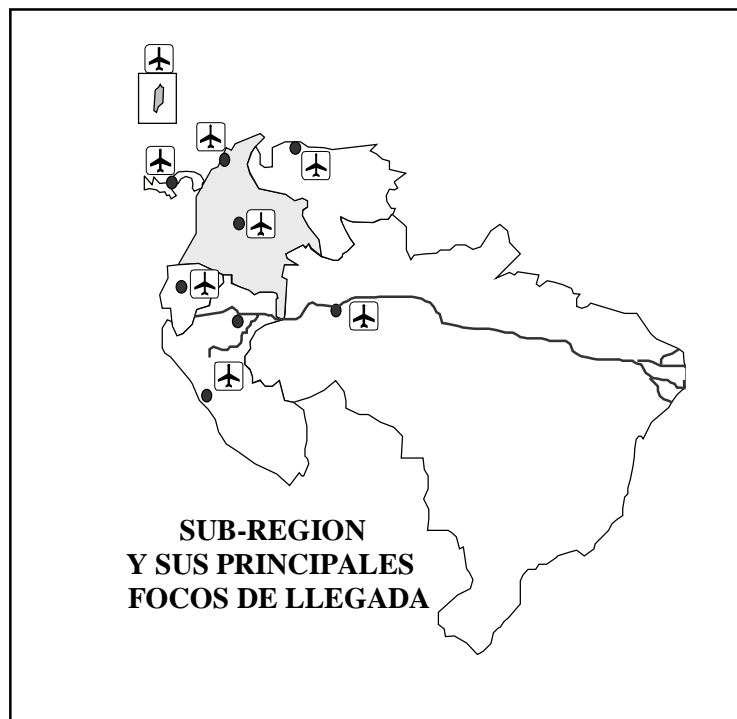
PAIS	ZONA DE TURISMO DE NATURALEZA EN COLOMBIA
Colombia	
Brasil	<b>Amazonía:</b> PNN Amacayacu, RNN Puinawai, PNN Cahuinari.
Perú	<b>Amazonía:</b> PNN Amacayacu.
Ecuador	<b>Amazonía:</b> PNN La Paya. <b>Andina:</b> red de reservas privadas de la Cocha, SFF Galeras y SFF La Corota. <b>Pacífica:</b> PNN Sanquianga.
Panamá	<b>Darién:</b> PNN Los Katíos. <b>Pacífica:</b> PNN Utría. <b>Atlántica:</b> Paramillo.
Venezuela	<b>Atlántica:</b> PNN Macuira, PNN Tayrona, PNN SN de Sta. Marta, PNN Isla de Salamanca, SFF Ciénaga Grande de Sta. Marta, SFF Los Flamencos. <b>Orinoquía:</b> PNN El Tuparro, PNN Tama.

De los anteriores países, los puntos de entrada del flujo proveniente de Europa a estos países, son por lo general las ciudades capitales, aunque en el caso de Colombia, Venezuela y Brasil, tienen puntos de llegada alternos como Cartagena de Indias, Isla Margarita y Río de Janeiro, respectivamente. La tabla 18, presenta las llegadas de turistas europeos a los países de la Subregión, excluido Colombia que se presenta en el apartado correspondiente.

**Tabla 18.** Llegadas de turistas europeos a países de la Subregión.

PAIS	LLEGADAS
BRASIL	7.907.557
VENEZUELA	3.400.983
PERU	1.626.557
ECUADOR	1.035.082
PANAMA	295.788

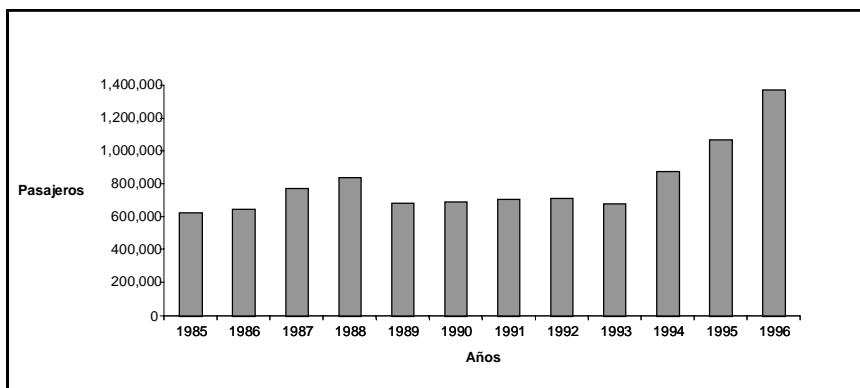
Los países de la Subregión generan el área geográfica ilustrada en la figura 27.

**Figura 27.** Subregión y sus principales focos de llegada.

Los países de origen de los turistas para el análisis de la Subregión son los siguientes:

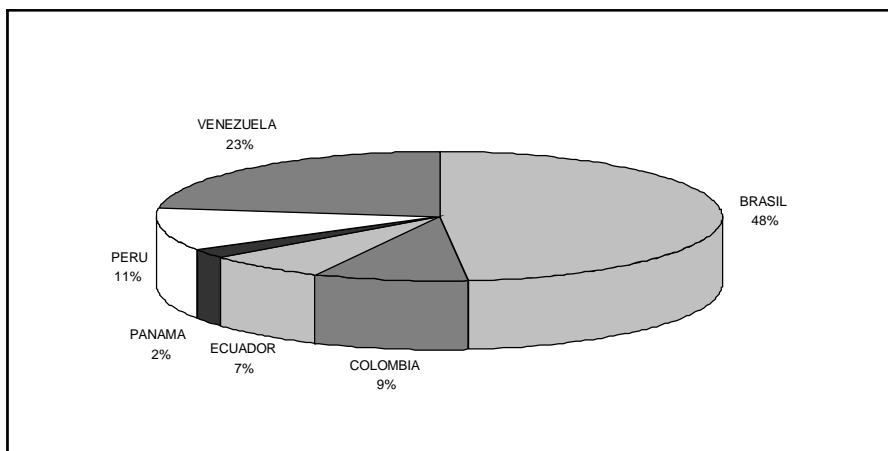
- |              |              |                 |
|--------------|--------------|-----------------|
| 1. Alemania. | 5. Holanda.  | 9. Reino Unido. |
| 2. Bélgica.  | 6. Italia.   | 10. Suecia.     |
| 3. España.   | 7. Noruega.  | 11. Suiza.      |
| 4. Francia.  | 8. Portugal. |                 |

El volumen acumulado de visitantes a la Subregión para el período 1985 - 1996 ascendió a 9,636,976 personas. La tendencia observada en el volumen de viajes a la Subregión para el período 1985-1996 se caracteriza por un comportamiento cíclico, con crecimiento hasta 1988 y luego, tras un descenso en 1989, se mantiene relativamente constante hasta 1994, cuando vuelve a crecer de forma sostenida hasta 1996. La siguiente figura muestra este comportamiento.



**Figura 28.** Llegadas de turistas europeos a la Subregión Colombia.

El año en que se registró el mayor número de llegadas a la Subregión Colombia fue 1996, con cerca de 1.4 millones de turistas. Al crecimiento observado a lo largo del período contribuyen los cinco siguientes países, principalmente : España (23,67%), Italia (21,60%), Alemania (21,41%), Francia (18,90%) y Reino Unido (14,42%)<sup>22</sup>. La figura 29 ilustra la composición de las llegadas por países de destino en la Subregión.



**Figura 29.** Participación porcentual de los países de destino en las llegadas de europeos a la Subregión para el período 1985-1996.

<sup>22</sup> Estos porcentajes corresponden a la variación entre 1985 y 1996 de las llegadas de turistas europeos a la subregión, ponderada por la participación de cada uno de los cinco países europeos más importantes en las llegadas totales.

Es importante señalar que la inclusión de Brasil por los criterios expuestos anteriormente, puede incidir de forma importante en la estimación. Las llegadas a Brasil representan cerca del 50%, y de este país es de suponer que gran parte de sus llegadas corresponden a la zona Sur-Este, que no tienen por destino u objeto del viaje la Amazonía. El 71% de las llegadas se registran entre Brasil y Venezuela, por tanto para propósitos de una política de turismo sería importante considerar estos puntos de llegada de viajeros europeos, para ofrecer productos turísticos en las zonas próximas a las fronteras y cuyas condiciones de accesibilidad así lo permitan. También es importante recordar que en el análisis de los circuitos se identificó al Ecuador como uno de los países de mayor participación en los circuitos de turismo de naturaleza, así que sería importante considerar las zonas anteriormente referidas para desarrollar productos turísticos orientados a viajeros europeos con llegada en el Ecuador.

Analizando conjuntamente los resultados obtenidos en el estudio de los circuitos y la participación de los países de la Subregión en las llegadas de turistas europeos, se deduce que Ecuador es un país con poca participación en llegadas, pero es de esperar que la mayor parte de estos viajeros tengan por objeto de su viaje, turismo de naturaleza. Por otra parte, en los países con una alta participación en llegadas como Brasil y Venezuela, es probable que la gran mayoría de éstas no sean para turismo de naturaleza, si no mas bien para turismo cultural, de sol y playa respectivamente, adicionalmente a las llegadas por motivos distintos al turismo.

Ahora bien, en términos de demanda potencial, el volumen de viajeros que llegan a Brasil y Venezuela por motivos distintos al turismo de naturaleza, pueden ser fuente de demanda de este tipo de circuitos, caracterizados por ser cortos en tiempo y recorrido en zonas colombianas situadas en las proximidades fronterizas. Para los dos principales países en llegadas los años en que han tenido la mayor participación en la Subregión, han sido 1987 para Brasil y 1991 para Venezuela. Para el caso colombiano, el año de mayor participación fue 1994, sin embargo, en términos generales se aprecia un crecimiento en los últimos años para Colombia (Figura 30).

El incremento para Colombia se explica por una incorporación importante de los destinos colombianos a los mercados de España, Francia y Alemania, con incrementos anuales promedio del orden de 38,35%, 19,56% y 19,44%. Es de destacar el comportamiento del mercado español, que registró para ese período un crecimiento del 421%. En la siguiente figura se aprecia la evolución en términos absolutos del volumen de turistas llegados a la Subregión.

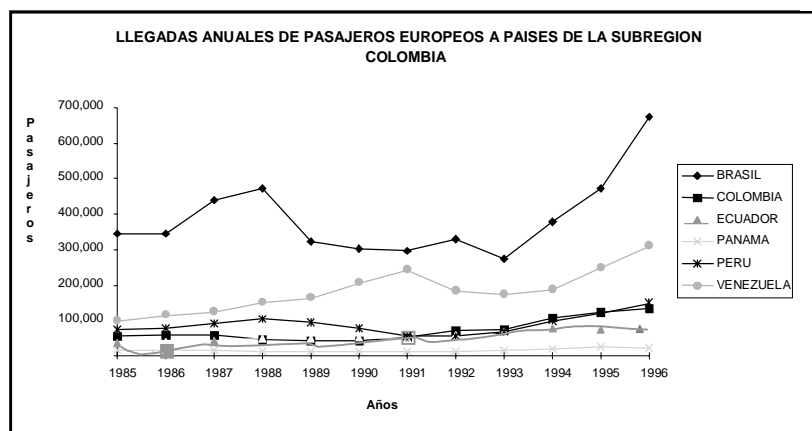
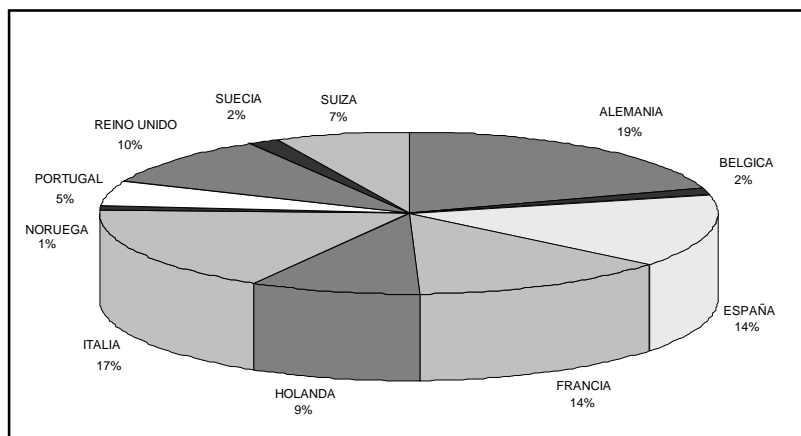


Figura 30. Llegadas anuales de turistas europeos a países de la Subregión Colombia.



En términos absolutos, el volumen de visitantes que llegan a Brasil es muy superior al del resto de países de la Subregión. En términos generales, a excepción de Panamá, todos los países presentan una tendencia creciente a lo largo del período. Con respecto a la participación de los países de origen en las llegadas totales acumuladas a la Subregión en el período analizado, es de destacar nuevamente la participación de Alemania con 19%.

En la figura 31 se presenta la situación de todos los países considerados.

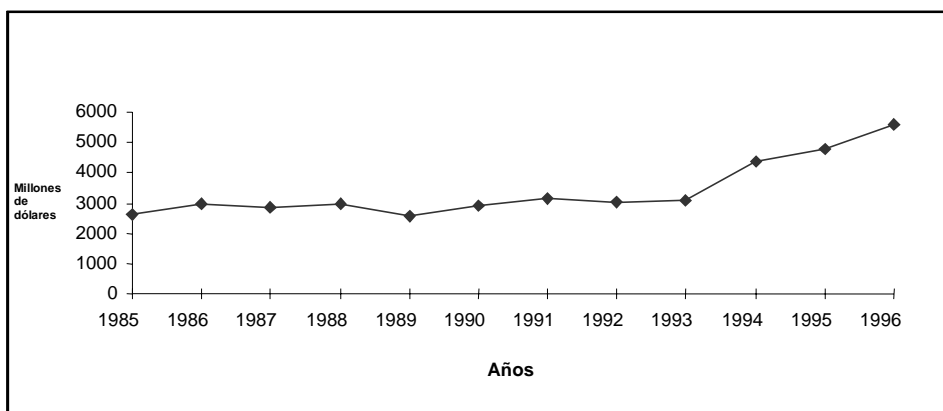


**Figura 31.** Participación porcentual de países europeos en las llegadas a la Subregión para el período 1985-1996.

Los países que más visitan la Subregión son Alemania 19%, Italia 17%, España y Francia con el 14%. De esta manera y teniendo en cuenta los análisis realizados anteriormente con respecto al volumen y al dinamismo demostrado por estos países en los últimos años, se refuerza la idea de orientar las estrategias colombianas de promoción del turismo en general y del turismo de naturaleza en particular, hacia los países anteriormente mencionados; con la ventaja que ninguno de ellos mantiene una supremacía absoluta, con lo cual no se genera vulnerabilidad en el mercado.

#### *Gastos en Turismo.*

A continuación se analizan los datos que la OMT tiene disponibles sobre gastos recibidos en turismo para los países de la Subregión. Estos valores corresponden a los gastos efectuados por los turistas de todo el mundo en el país de destino.



**Figura 32.** Evolución anual del gasto agregado para la Subregión.

En la figura 32 se aprecia claramente la tendencia creciente que presenta la Subregión en materia de ingresos provenientes del turismo en los últimos doce años. En particular, es de señalar el acentuado crecimiento del año 1993 en adelante, que llegó a cerca del 100%. Lo anterior muestra un excelente momento para emprender una estrategia dirigida a desarrollar y fortalecer la industria del turismo en los países de la Subregión, entre ellos Colombia. Este aumento en los gastos se explica fundamentalmente por el aumento en el volumen de turistas. En la siguiente figura se analiza la tendencia para cada uno de los países de la Subregión.

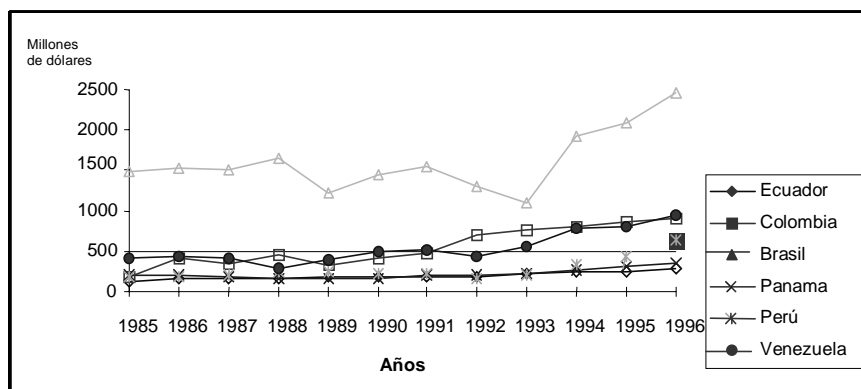


Figura 33. Gasto anual en turismo para los países de la Subregión.

En la figura 33 se aprecia la gran diferencia entre Brasil y el resto de los países de la Subregión. Con respecto a Colombia, su tendencia es creciente y su nivel es muy similar al de Venezuela, siendo los países que siguen en orden de importancia a Brasil. La alta participación de Brasil en los gastos por turismo en la Subregión se puede apreciar en la siguiente figura, donde se presenta el porcentaje de participación de cada país en los gastos acumulados durante el período 1985-1996.

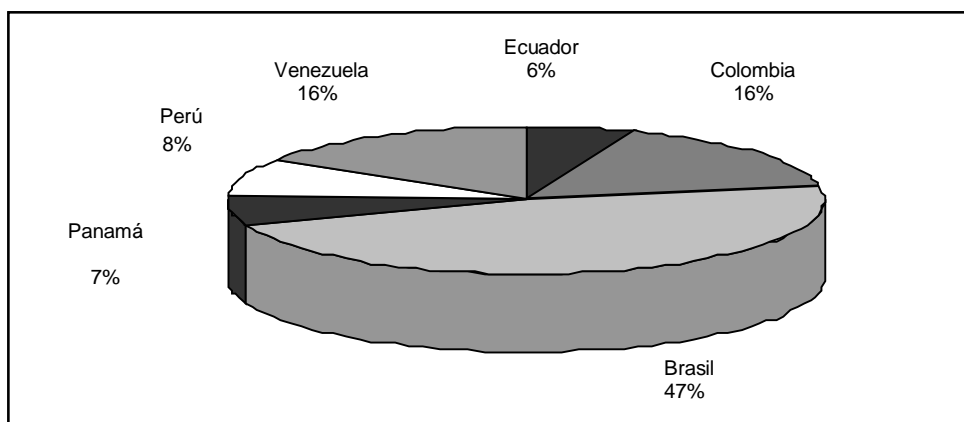


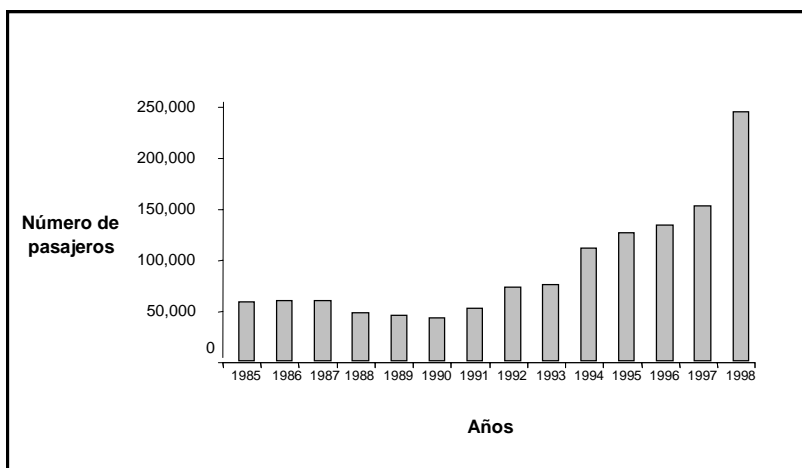
Figura 34. Participación porcentual de los países de la Subregión en los gastos acumulados en turismo para el período 1985-1996.

Colombia y Venezuela comparten el segundo lugar después de Brasil en cuanto a gastos recibidos por turismo en la Subregión. Colombia llama la atención con respecto al Ecuador, pues un 16% frente al 6% ecuatoriano no guarda proporción con las mayores posibilidades de Colombia en cuanto a infraestructura aeroportuaria, hotelera y diversidad de tipo de destinos. Nuevamente, el factor inseguridad surge

como la explicación más probable de esta situación.

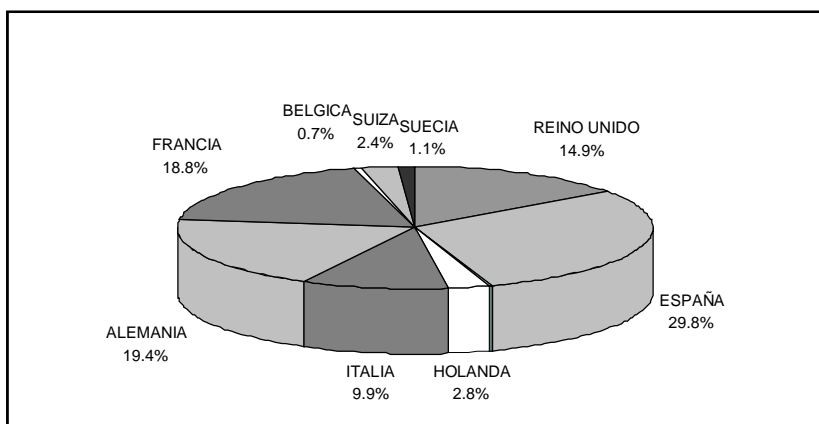
## COLOMBIA

El volumen total de turistas procedentes de países europeos que llegaron a Colombia durante el período 1985-1998 ascendió a 1,258,391<sup>23</sup>. En la siguiente figura se observa el comportamiento anual de llegadas a Colombia procedentes de los países europeos, que son los mismos considerados en el apartado de la Subregión.



**Figura 35.** Arribos anuales a Colombia de países europeos.

En términos generales se aprecia una tendencia creciente en el número de turistas europeos que llegan a Colombia, con un muy significativo incremento desde 1994 hasta 1998, año en el cual se viene registrando un aumento cercano al 75% anual. Es interesante observar, cómo a partir de 1988 hasta 1990 se presenta un descenso en términos absolutos en las llegadas procedentes de Europa, lo cual coincide en el tiempo con el deterioro en las condiciones de seguridad que vivió el país, llegando a su nivel más crítico en 1990 (Figura 35). La composición por países de origen de las llegadas acumuladas en este período a Colombia se ilustra en la figura 36.

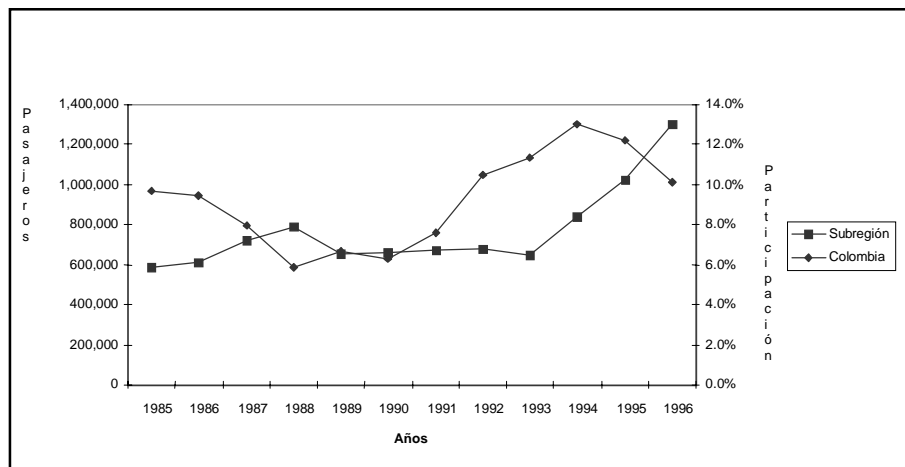


**Figura 36.** Participación porcentual por países europeos que visitan Colombia para el período 1985-1998.

<sup>23</sup> OMT. Op Cit.

El 90% de las llegadas a Colombia provienen de cinco países. De estos países España es el de mayor participación con casi el 30%, seguido de Alemania que mantiene una participación importante con 19,4%, Francia con 18,8%, Inglaterra con 14,9% e Italia con casi 10%. Como ya se dijo anteriormente, para el caso de la Subregión, el aumento significativo del turismo español es el que explica las tendencias de crecimiento acentuadas en los últimos años.

A continuación se presenta un análisis comparativo de la evolución de llegadas a la Subregión y la participación de Colombia en dicho agregado. La figura 37 contiene las dos curvas que describen los anteriores comportamientos para el período 1985-1996.



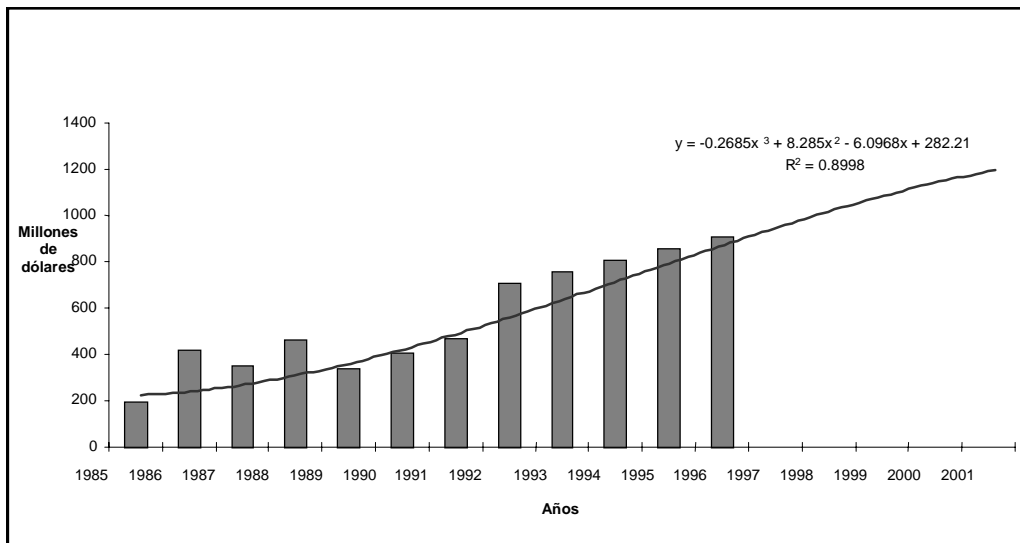
**Figura 37.** Volúmen de turistas europeos que visitan la Subregión y participación porcentual de Colombia en dicho volumen.

Se advierte un comportamiento anticíclico que indica la relación inversa entre las llegadas a la Subregión y la participación de Colombia en dichas llegadas. Esto quiere decir, que a medida que se observan aumentos significativos de llegadas europeas a la Subregión, Colombia reduce su participación en dichas llegadas. Se deduce que estos aumentos en llegadas a la Subregión son canalizados a otros países en mayor proporción que Colombia. Una posible explicación para esta situación es que las llegadas a Colombia son mayoritariamente vía negocios y otros propósitos con lo cual, ante un aumento de la afluencia de europeos por motivo turismo a la Subregión, la participación de Colombia disminuye debido a que sus llegadas no aumentan tanto como en los otros países, claros receptores de turistas por motivos de placer y recreación.

A manera de conclusión de este apartado, cabe decir que Colombia presenta en los últimos cuatro años un incremento importante que sugiere un buen momento en el que se debería aprovechar el aumento de visitas al país, para que la industria del turismo se prepare adecuando y diversificando su oferta. De otra parte, en lo concerniente a identificar los mercados potenciales de nivel nacional en Europa, el análisis realizado indica que España, Alemania, Francia, Reino Unido e Italia deben ser prioritarios para las actividades de promoción de una nueva y mejorada oferta turística, que incluya turismo de naturaleza como complemento a otros propósitos de visita. Es clara la pérdida de oportunidades, en materia de turismo, que sufre Colombia frente a sus vecinos inmediatos por culpa de factores como la inseguridad y otros mencionados anteriormente. Esto se refleja en pérdida de participación de mercado en las épocas de alta afluencia.

## Gastos en Turismo

Considerando los datos de la OMT concernientes a los gastos por turismo proveniente de todo el mundo, se analiza el comportamiento para el caso colombiano, de los últimos años y a partir de éste, se realiza una estimación de su comportamiento futuro. La figura 38 ilustra este análisis.



**Figura 38.** Comportamiento y proyección de los ingresos percibidos por turismo internacional en Colombia.

La tendencia observada en los últimos años del período analizado sugiere un importante y sostenido crecimiento del gasto en turismo. Esta situación lleva a que las previsiones para el futuro sean bastante positivas, corroboradas por la extrapolación realizada a los datos considerados. En la figura la curva marca la tendencia esperada para Colombia en los gastos de turismo hasta el año 2001. Esta metodología de proyección a futuro parte del supuesto que todas las condiciones ocurridas en el pasado permanecen sin variación, con lo cual, si se adopta una estrategia encaminada a diversificar la oferta, con productos como el turismo de naturaleza, esta tendencia podría incluso mejorar, puesto que se dispone un gran potencial en la región.

### Proyecciones

En este apartado se realiza una estimación, con base en los datos reales de los años precedentes, de los volúmenes de turistas que visitarán tanto las Regiones como la Subregión y Colombia en los próximos cinco años. Dado que las series de datos no coinciden todas en el último año, las proyecciones se realizan para los cinco años siguientes al último dato disponible.

Para estas proyecciones se ha utilizado diferentes tipos de funciones para realizar las regresiones, que nos permitieron extrapolar los datos. Los criterios de selección del tipo de función han sido dos: el coeficiente de regresión más alto y el comportamiento esperado de acuerdo a un análisis cualitativo por parte de este estudio.

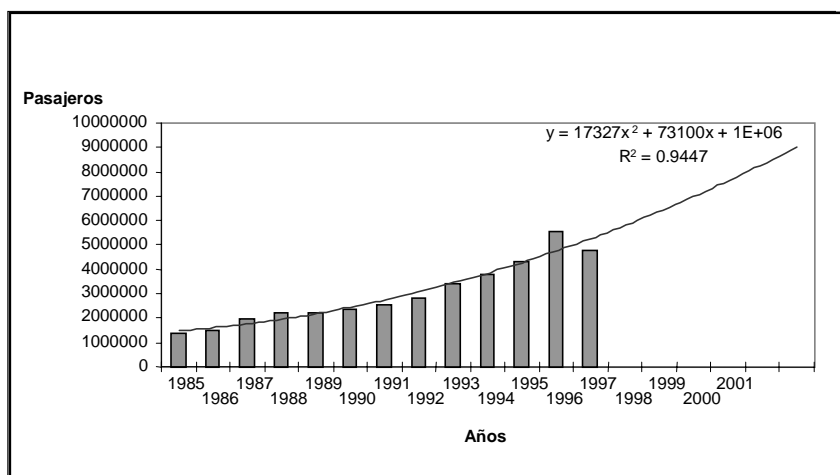
### Regiones.

La tabla 19, presenta la proyección de llegadas para el total de las tres regiones consideradas.

**Tabla 19.** Proyección de llegadas de turistas europeos a las tres regiones.

AÑO	1998	1999	2000	2001	2002
Turistas	5.419.492	5.995.075	6.605.312	7.250.203	7.929.748

Los datos anteriores han sido estimados a partir de una regresión realizada sobre los datos de los años precedentes y cuyo comportamiento, así como la ecuación, se presentan en la figura 39



**Figura 39.** Proyección de llegadas a Latinoamérica y el Caribe, procedentes de países europeos.

Es importante señalar que la proyección realizada para las tres regiones en conjunto arroja valores diferentes a la suma aritmética de los obtenidos en las regresiones individuales de cada una de las regiones. Sin embargo, se puede apreciar que la diferencia es poco significativa. En términos globales, en la anterior figura se observa un crecimiento esperado del orden del 60% en los próximos cinco años, lo cual es una tasa muy importante para ser considerada en los planes de la industria del turismo de los países del área.

La pendiente de la curva en el tramo de proyección es poco variable, lo cual indica que el crecimiento esperado para el período va a ser uniformemente distribuido a lo largo de los años.

### Análisis por Regiones

En la tabla 20, se presenta la proyección del volumen acumulado de viajeros para el período 1998 - 2002, para las tres regiones consideradas.

**Tabla 20.** Proyección acumulada de llegadas de turistas europeos a cada una de las tres regiones.

CARIBE	20.932.905
CENTRO AMERICA	2.229.515
SURAMERICA	12.124.739
TOTAL	35.287.159

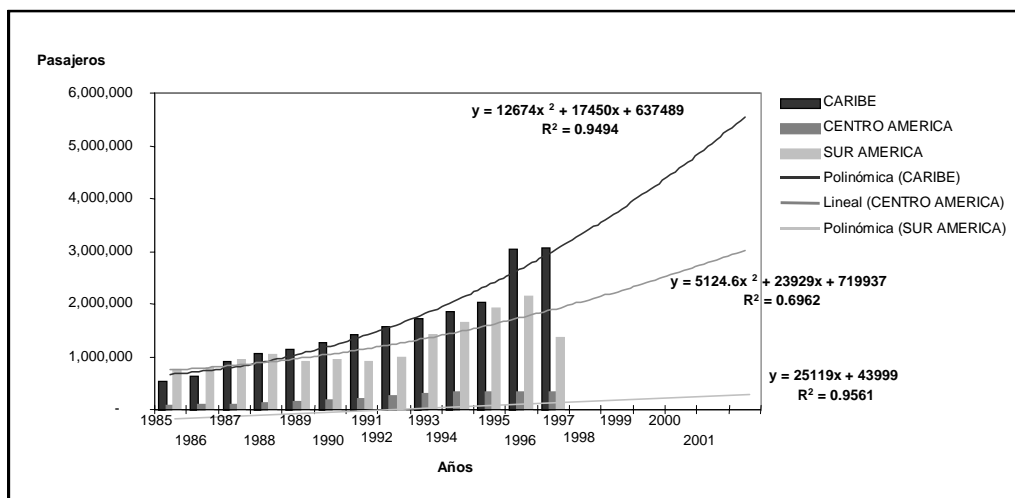
En total se tiene una estimación de algo más de 35 millones de viajeros a las tres regiones. Casi 21 millones corresponden a la región Caribe, seguida de Sur América con 12 millones y por último Centro América con 2,2 millones. En cuanto a la distribución en el tiempo de este volumen estimado, la tabla 21, presenta los valores proyectados para cada una de las regiones.

**Tabla 21.** Proyección anualizada de llegadas de turistas europeos a cada una de las tres regiones.

	1998	1999	2000	2001	2002
CARIBE	3.365.893	3.750.889	4.161.233	4.596.925	5.057.965
CENTRO AMERICA	395.665	420.784	445.903	471.022	496.141
SURAMERICA	2.059.365	2.231.907	2.414.699	2.607.739	2.811.029

Los datos anteriores vistos conjuntamente con la siguiente figura, muestran diferentes tasas de crecimiento de estos mercados potenciales para el turismo en general y de naturaleza en particular. La región Caribe presenta el mayor ritmo de crecimiento esperado, que sumado a la importancia relativa que tiene en participación, se perfila como un gran mercado que ofrece productos susceptibles de ser ofrecidos en Colombia. Para los responsables del turismo en Colombia, la anterior condición debería ser objeto de sus planes más inmediatos, con el ánimo de atraer este tipo de visitantes que eventualmente podría hacer turismo de naturaleza.

Con una tasa de crecimiento inferior, pero con valores significativos, Sur América se constituye en una segunda opción, atendiendo el criterio de tamaño de demanda potencial. En este caso es importante señalar que los productos turísticos que ofrece la Región son muy diversos. Colombia tiene en común con la Región únicamente parte de estos productos. En la figura 40 se presentan las proyecciones de las tres regiones, conjuntamente con las ecuaciones que permitieron realizar las tablas anteriores.



**Figura 40.** Proyección de las llegadas a las Regiones procedentes de países europeos.

De esta figura se desprende una reflexión entorno a la relevancia del turismo de naturaleza dentro de la industria de viajes y turismo. Como se vio en el análisis de los circuitos, los países centroamericanos ocupaban un lugar preponderante en cuanto a la demanda real que enfrentan por turismo de naturaleza. Sin embargo,

en la anterior figura se evidencia la escasa participación de la región dentro del conjunto analizado.

La información de la OMT contiene datos sobre gastos realizados por los viajeros en los países de destino. Esta información no está disponible por regiones, por lo cual solamente se realiza su análisis para la Subregión y el caso colombiano.

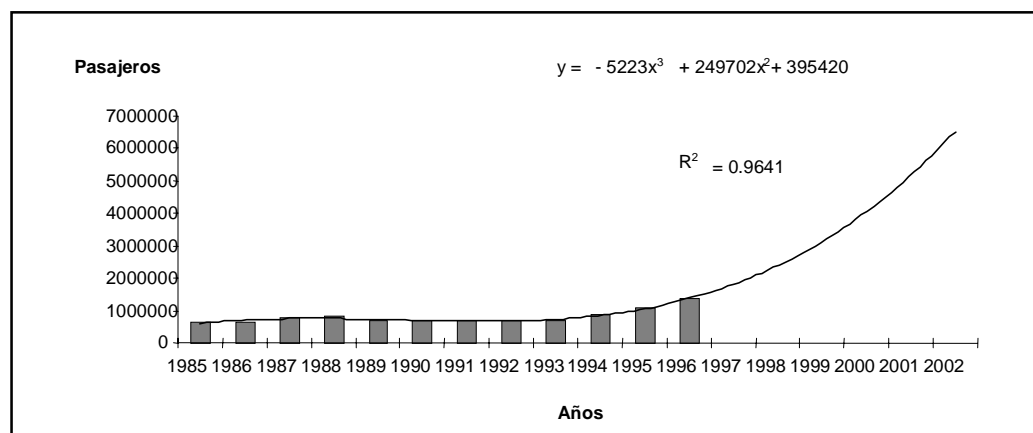
### Subregión

El acumulado estimado de visitantes a la Subregión, para el período 1997-2002, asciende a 23,104,505 de viajeros. La distribución a lo largo de los años se presenta en la tabla 22.

**Tabla 22.** Proyección anualizada de turistas que llegan a la Subregión.

Años	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Turistas	1.807.912.9	2.388.672.8	3.132.387.5	4.058.159.2	5.185.090.1	6.532.282.4

Debido al crecimiento en los últimos años, la estimación que arrojó el mayor coeficiente de regresión, presenta un importante crecimiento en el volumen de visitantes a la Subregión.



**Figura 41.** Proyección de llegadas a la Subregión de países europeos.

Es importante tener en cuenta la presencia de Brasil en la Subregión, dado que su participación histórica ha sido muy alta, no solo entre el grupo si no a nivel de Sur América. Teniendo en cuenta que el porcentaje promedio de participación del turismo en el total de llegadas a la Subregión es del 64%, la demanda potencial originada en la Subregión asciende a: 14'786,883 turistas. Considerando que el gasto medio por turista en la Subregión es de US \$ 1029<sup>24</sup>, se estima una demanda potencial originada en la Subregión del orden de US \$ 15.215'702.607.

### Colombia

El volumen acumulado de la proyección de llegadas a Colombia en el período 1999 - 2003 asciende a 1'721.941 turistas. Este volumen se distribuye a lo largo del período como aparece en la tabla 23.

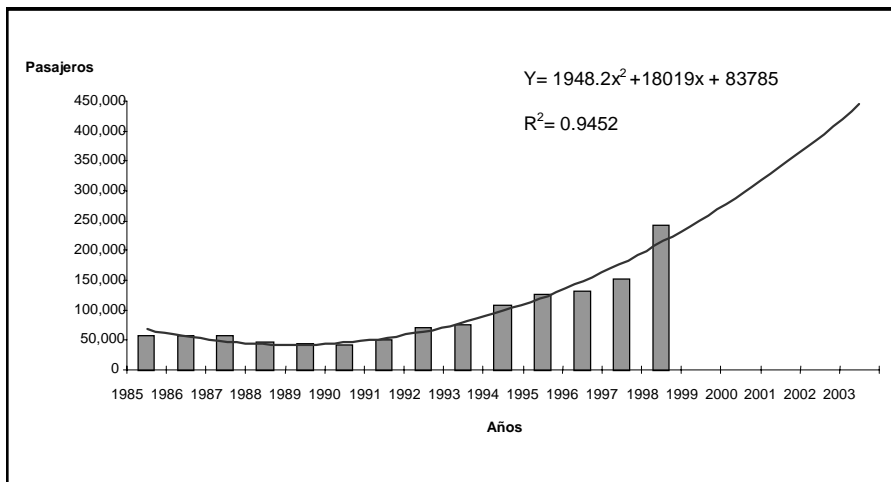
<sup>24</sup> Este gasto es obtenido del promedio de gastos medios de los países de la subregión. Para esta estimación se utilizaron los gastos en turismo para el año 1995. Los cálculos de esta estimación se realizaron con base en los datos de la OMT.



**Tabla 23.** Proyección anualizada de turistas que llegan a Colombia.

Año	1999	2000	2001	2002	2003
Turistas	251.845	294.220.2	340.491.8	390.659.8	444.724.2

En la figura 42 se ilustra la función que recoge el comportamiento pasado y la proyección realizada.

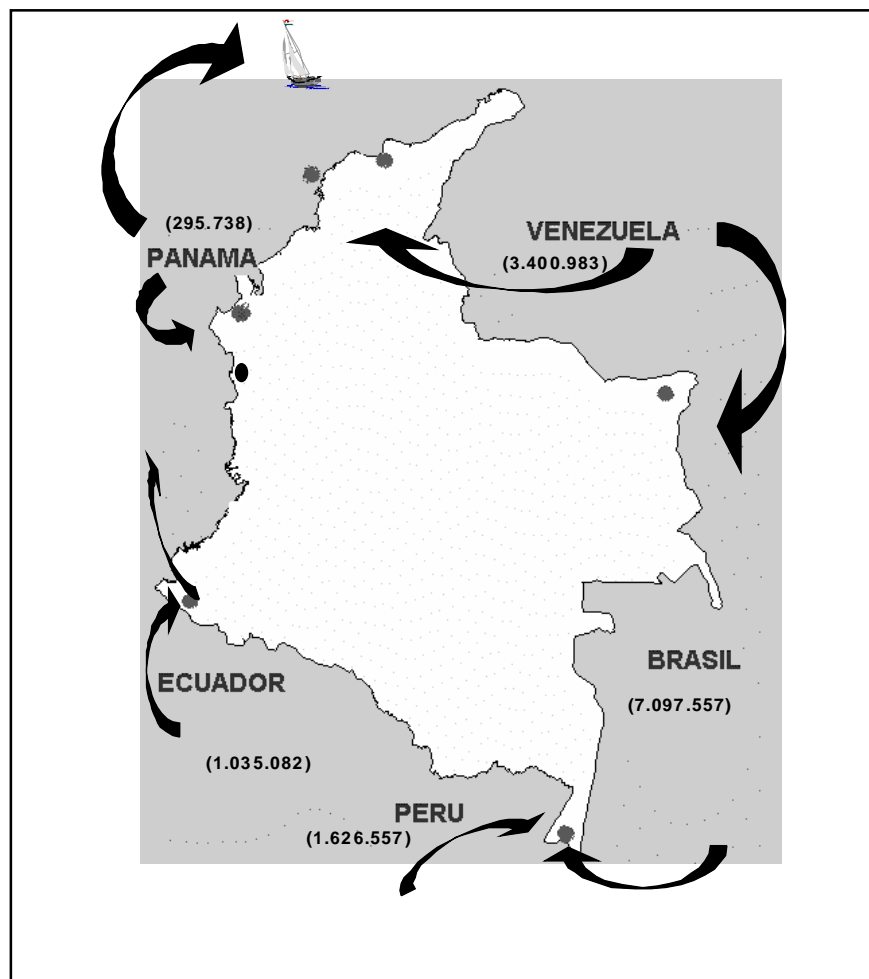
**Figura 42.** Proyección de llegadas a Colombia desde países europeos.

Debido al crecimiento reciente registrado en las llegadas a Colombia, la proyección para los próximos años es muy positiva. Sin embargo, como ya se ha dicho, en el caso colombiano hay una alta determinación de las llegadas por factores como la inseguridad, el cual no responde necesariamente a un comportamiento cíclico o que se pueda predecir fácilmente. Si se tiene en cuenta que el turismo de naturaleza es aún más sensible a los aspectos de inseguridad, esta proyección puede registrar un margen de error muy significativo, independientemente de lo que pueda sugerir el coeficiente de regresión. Dado que el porcentaje medio estimado de participación del turismo en el total de llegadas al país procedentes de países europeos es de 42%, para el período analizado, la demanda potencial por turismo asciende a 723.215 turistas. El gasto medio estimado por turista en Colombia es de US\$ 751<sup>25</sup>, así que la demanda potencial para el período proyectado asciende a US\$ 543'134.465.

En el siguiente mapa (Figura 43), se ilustran los flujos potencialmente esperados de turistas de los países de la Subregión, que podrían ser atraídos por productos de turismo de naturaleza en Colombia, si se integraran áreas protegidas a los circuitos transnacionales ya existentes. Los números que aparecen en paréntesis en el mapa se refieren al número potencial de turistas procedentes de países europeos con destino a cada uno de estos países vecinos. Este dato se calculó a partir de la proyección para los próximos cinco años en cada uno de los países del número de llegadas procedentes de países europeos. A este valor se le aplicó el porcentaje que en promedio registraron cada uno de los países en llegadas por

<sup>25</sup> Este gasto se obtuvo tomando los datos del año 1995. Se tomó este año ante lo inadecuado de sumar dólares de diferentes años debido al error inducido por la inflación. El total de ingresos por turismo para Colombia en 1995 fue de 859 Millones de dólares y el total de llegadas a Colombia para el mismo año fue de 1.144.000 turistas.

motivos de recreación y turismo con respecto al número total de llegadas. Además, el mapa muestra unos puntos que definen las áreas protegidas, las cuales por su proximidad con la frontera podrían convertirse en destinos turísticos complementarios a la oferta que tienen los turistas europeos en los países vecinos respectivos.

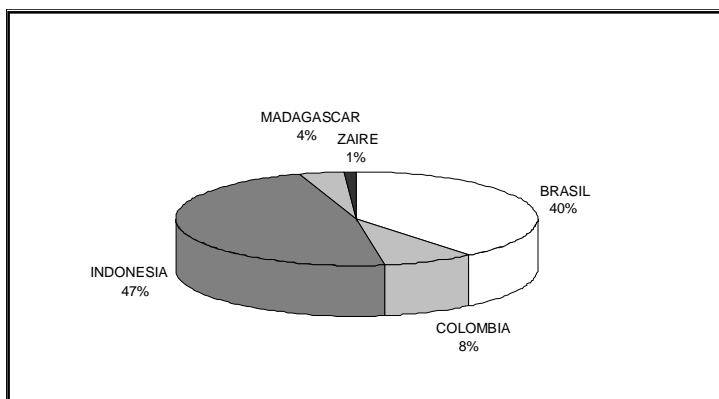


**Figura 43.** Captación potencial de turistas europeos de la Subregión para turismo de naturaleza en Colombia.

### Países Megadiversos

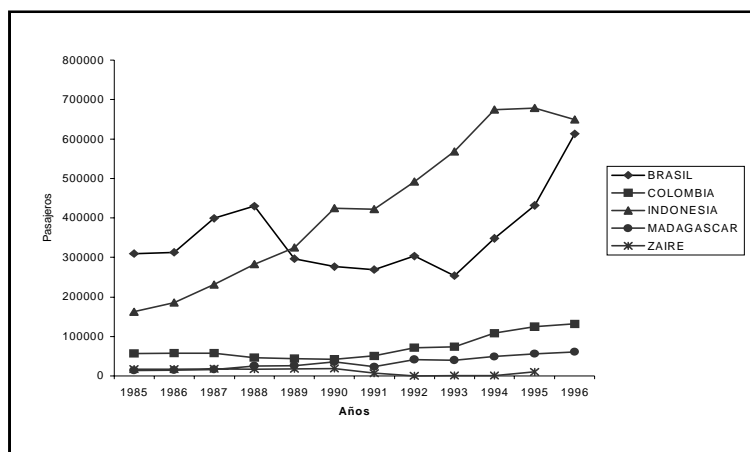
En este estudio se ha considerado de interés revisar lo que acontece en algunos países megadiversos, en lo concerniente a llegadas de viajeros. Estos países son, Brasil, Colombia, Indonesia, Madagascar y Zaire. En un principio se quiso incluir a México en este análisis, pero desafortunadamente debido a que la OMT no tiene datos disponibles para este país en todos los años del período considerado, ha sido necesario omitirlo.

En la figura 44, se presenta la participación porcentual de los países en las llegadas totales del grupo procedentes de los países europeos considerados en el análisis anterior, para el período 1985-1996.



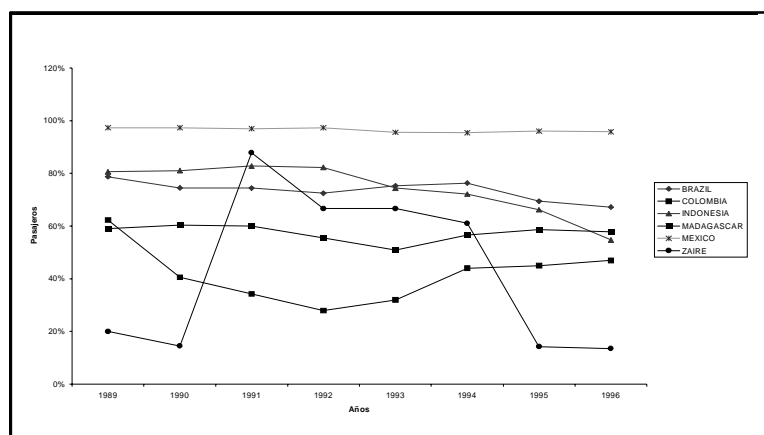
**Figura 44.** Distribución porcentual de llegadas entre países biodiversos para el período 1985-1996.

El 87% de las llegadas a este grupo de países megadiversos, corresponde a Indonesia (47%) y Brasil (40%). Colombia tan solo representa un 8% con el tercer lugar entre los cinco. Aunque es obvio que las llegadas a estos países no corresponden en su totalidad a propósitos de viaje asociados a la biodiversidad, es claro que para Indonesia y Brasil una política de aprovechamiento de ésta, con fines turísticos contaría con un mercado cautivo muy significativo. En términos absolutos y a lo largo de los años considerados en el período, la figura 46, ilustra sobre el comportamiento registrado para cada país megadiverso.



**Figura 45.** Evolución de las llegadas a países megadiversos procedentes de países europeos.

En esta figura, se aprecia cómo en los últimos cinco años las tasas de crecimiento más altas fueron las de Brasil y Colombia respectivamente. El descenso en Indonesia puede estar asociado a la crisis que viene sufriendo esta región del mundo en el ámbito empresarial. Este tipo de acontecimientos tienden a generar desplazamientos hacia otras regiones, como Brasil, que se benefician con un aumento significativo. Es necesario tener en cuenta que tanto Indonesia como Brasil son países con un mayor desarrollo frente a los otros tres países considerados. Colombia es un país con un grado de desarrollo superior al de Zaire y Madagascar, sin embargo el comportamiento de las llegadas no reflejan dicha condición. Ahora bien, si se tiene en cuenta que Colombia está localizada a una distancia mayor de Europa, es quizás su mayor grado de desarrollo lo que explique un mayor volumen de llegadas a las registradas por los países africanos. En la figura 46, se recoge el comportamiento anual en porcentaje de las llegadas que corresponden a turismo en los países megadiversos.



**Figura 46.** Participación porcentual anual del turismo en el total de llegadas.

Son de destacar en orden de importancia México, Indonesia y Brasil, países que cuentan con un porcentaje superior al 60% en general a lo largo del período. Quiere esto decir, que sus llegadas son mayoritariamente para fines turísticos. En cuanto a Colombia es de señalar que el porcentaje de llegadas con fines turísticos es inferior al de Madagascar, lo que sugiere que el mayor volumen que tiene Colombia corresponde a otros fines de viaje. El promedio aritmético de la participación porcentual del turismo en el total de llegadas a Colombia en el período 1989-1996 fue del 42%.

### Certificación

Los procesos de certificación ambiental que se vienen consolidando a nivel internacional, se centran en el desempeño de procesos productivos y servicios. Como ya se dijo al comienzo de este estudio, la industria del turismo ha sido reconocida, tras la reunión de Río de Janeiro en 1992, como una de las más importantes para servir de vehículo de las políticas globales que apuntan al desarrollo sostenible. En tal sentido, los logros alcanzados al interior de esta industria, como es el caso de la Agenda 21 para la Industria de viajes y turismo, han puesto de manifiesto que se busca mejorar el desempeño ambiental en todas las fases del negocio de viajes y turismo. Para ello es necesario que se desarrollen indicadores de progreso para todas y cada una de las actividades de esta industria.

Al interior de la industria, el turismo convencional ha sido pionero en el desarrollo de criterios de certificación para las buenas prácticas ambientales de sus actividades. En particular, algunos tour operadores europeos como TUI (principal tour operador alemán), han desarrollado sus propios criterios para ser aplicados tanto a destinos como instalaciones que se encuentran en su catálogo de oferta de productos turísticos. Los principales programas de acreditación ambiental a nivel mundial son:

#### Blue Flag

El programa -Blue Flag- evalúa estándares ambientales de playas específicas en Europa. El programa mide las concentraciones de algunos contaminantes en las playas y en el mar. La toma de las muestras de agua es realizada por las autoridades

des locales. El Premio Blue Flag es ampliamente reconocido por la población como una señal de la limpieza de las playas. La OMT está trabajando con la Federación para la Educación Ambiental en Europa para extender este programa a todo el mundo.

### CERT

La Compañía para el Turismo Ambientalmente Responsable (CERT) evalúa el desempeño de las compañías miembro por medio de un cuestionario sobre aspectos ambientales, el cual es distribuido por las compañías a sus clientes. Al retorno y análisis de los cuestionarios, la Compañía puede ser presentada en uno de los tres niveles de premiación: bronce, plata u oro. Este programa no provee orientación para mejorar el desempeño en el caso en que la compañía falle en alcanzar los estándares. Estas compañías son enviadas a -Green Globe-.

### Green Leaf

-Green Leaf- ha sido desarrollado por la Pacific Asia Travel Association para asegurar que los negocios de viajes y turismo sigan practicas ambientalmente responsables y ayudar a los consumidores a seleccionar aquellos productos que cumplan con un conjunto de criterios ambientales.

El programa evalúa el desempeño ambiental de organizaciones por medio de un cuestionario general y uno específico para cada sector. El galardón -Green Leaf- se da a las compañías que obtengan un promedio de 60% en ambos cuestionarios. El programa no provee orientación a aquellas empresas que fallen en alcanzar los estándares establecidos.

### Green Suitcase

Desarrollado por Okologischer Tourismus en Europa (OTE) y esta dirigido a verificar un conjunto de normas de calidad ambiental para resorts, hoteles y agencias de viaje en Europa. Las empresas son inspeccionadas por un experto independiente quien evalúa el desempeño en diferentes aspectos incluyendo reducción en generación de basuras, reciclaje, ruido, consumo de agua, tratamiento de agua y consumo de energía. Premios en nivel de oro, plata y bronce se entregan a las compañías que alcancen los estándares requeridos. Para asegurar el mejoramiento, los premios oro son difíciles de alcanzar.

### Green Globe

El Consejo Mundial de Viajes y Turismo, entidad que conjuntamente con la OMT y el Consejo de la Tierra publicaron la Agenda 21 del Turismo, ha impulsado el desarrollo de una iniciativa de certificación de la industria en general, llamado Green Globe.

Green Globe es un programa de premiación y manejo ambiental en todo el mundo, desarrollado para la industria del turismo y creado en 1994. El programa está abierto a empresas de cualquier tamaño, tipo y localización que estén comprometidas con mejoramientos en las practicas ambientales. El objetivo principal de Green Globe es proveer a bajo costo recursos prácticos a todas las empresas de viajes y turismo para:

- Empezar mejoras en las prácticas ambientales basadas en los lineamientos internacionales.
- Recibir apoyo en técnicas de manejo ambiental basadas en las mejores prácticas internacionales.
- Demostrar su compromiso con el ambiente a través del sello Green Globe y premios especiales por logros alcanzados.

Los miembros de Green Globe ofrecen un amplio rango de servicios de soporte que incluyen capacitación y entrenamiento entre otros. Los servicios de soporte están dirigidos a los seis sectores que hacen parte de la industria de viajes y turismo: hoteles, tour operadores y agencias de viaje, transporte, proveedores y restaurantes, instalaciones empresariales temporales y atracciones turísticas. Adicionalmente, el programa ayuda a los consumidores a reconocer las compañías que están comprometidas con mejoras en la calidad ambiental a través de un sello que es usado por las empresas para mercadeo y publicidad.

Green Globe tiene dos elementos principales de trabajo; un programa de membresía en más de cien países y el desarrollo de sitios turísticos como Destinos Green Globe. Adicionalmente tiene el apoyo de 27 asociaciones industriales de viaje y turismo. La membresía involucra un compromiso serio por mejorar el desempeño ambiental. El primer destino -Green Globe-, Jersey (Isla Canal en el Reino Unido), fue galardonado con el status de destino Green Globe en el Mercado Mundial de Viajes en Noviembre del 1997. Otros programas activos se desarrollan en destinos como Portugal, Dominica y Filipinas. El programa de destinos Green Globe es un ejemplo de los programas voluntarios de la industria, que tienden a asegurar el manejo ambientalmente responsable de los productos y procesos. Estos programas fueron establecidos en la Agenda 21 como herramienta de acción para alcanzar el desarrollo sostenible dentro de la industria del turismo. Los programas de apoyo a la industria están siendo crecientemente reconocidos como la forma más exitosa de alcanzar mejoramientos ambientales a mínimo costo para las compañías involucradas.

Para monitorear el progreso de los lugares turísticos a medida que tiende al estatus de destino, Green Globe usa indicadores de sostenibilidad. El uso de los indicadores permite facilitar a las partes que trabajan hacia el estatus de destino ser capaces de monitorear y revisar sus mejoramientos. Esto ayuda a las partes involucradas a evaluar el proceso que hacen y a comparar experiencias con otros lugares. Adicionalmente, la posibilidad de reportar los progresos es muy importante tanto para motivar como para mantener a todas las partes interesadas en acción continua y para comunicar a las partes externas el compromiso y los logros. Green Globe establece indicadores para un lugar en particular con base en las áreas prioritarias identificadas en la Agenda 21 para la industria de viajes y turismo. Estas áreas prioritarias, las cuales fueron perfeccionadas a un alto nivel por la industria, se señalan a continuación e ilustran los tipos de actividades que Green Globe revisará como parte del trabajo orientado a obtener el estatus de destino.

#### Áreas prioritarias para instituciones:

- Evaluar la capacidad de estructura regulatoria, económica y voluntaria existente para conducir al turismo sostenible.
- Evaluar las implicaciones económicas, sociales, culturales y ambientales de las

- operaciones de las organizaciones.
- Entrenar, educar y concientizar al público.
- Planear el desarrollo turístico sostenible.
- Facilitar el intercambio de información, técnicas y tecnología relacionadas con el turismo sostenible.
- Proveer la participación de todos los sectores de la sociedad.
- Diseñar nuevos productos turísticos con sostenibilidad como base.
- Medir los progresos en el alcance del desarrollo sostenible.
- Crear asociaciones para el desarrollo sostenible.

#### Áreas prioritarias para las empresas de viajes y turismo :

- Diseño de productos ambientalmente sensibles.
- Eficiencia energética, conservación y administración.
- Política de compra ambientalmente sensitivas.
- Sustancias peligrosas.
- Equipos de trabajo, clientes y comunidades en aspectos ambientales.
- Planeación y administración del uso de la tierra.
- Manejo de recursos de agua dulce.
- Control de ruidos.
- Asociaciones para el desarrollo sostenible.
- Protección de la calidad del aire.
- Transporte.
- Minimización de desechos, reutilización y reciclaje.
- Manejo de vertimientos líquidos.

Como parte de su programa de destinos general, Green Globe ha estado trabajando con la SGS (Société Générale de Surveillance) - la organización más grande del mundo en prueba y verificación- en el desarrollo de un programa de certificación diseñado para proveer verificación independiente de las mejoras ambientales dentro de la estructura de la Agenda 21, hecha a través del Sistema de Manejo Ambiental (EMS). La certificación para esta nueva norma exige un nivel de manejo ambiental que se considere apropiado a su tamaño, tipo y localización. Este nivel será determinado a través de un proceso riguroso de consulta con inversionistas locales, nacionales e internacionales.

#### Los beneficios claves de obtener un estatus de Destino Green Globe incluyen :

- El desarrollo de un destino que refleje las más altas normas de manejo ambiental.
- El único sello ambiental reconocido internacionalmente para destinos turísticos.
- El encuentro de los criterios de los turistas cada vez más conscientes ambientalmente.
- El acceso a modelos industriales de buenas prácticas.
- La membresía a una red relacionada internacionalmente de destinos Green Globe.
- El apoyo del Consejo Mundial de Viajes y Turismo.

Uno de los criterios para alcanzar status de Destino será que todas las entidades y empresas locales demuestren un claro compromiso ambiental por convertirse en miembros Green Globe. Además de los beneficios que se lograrán cuando el sitio alcance status de Destino, los beneficios de pertenecer a Green Globe incluyen :

- Guías sobre el desarrollo de una política ambiental entrenamiento, ambiental para la organización, la negociación de decisiones, el manejo del suelo, la minimización de transporte y ruido, mercadeo, comunicación y oportunidades de promociones.
- Información especializada que cubra las mejoras ambientales y costo-beneficios, incluyendo manejo de la energía, minimización de desechos y manejo de agua.
- Boletines enfocados en aspectos específicos como la selección de documentos, construcciones históricas y culturales, islas destino y sistemas de manejo ambiental.
- Reconocimiento global de compromisos ambientales vía rama Green Globe.
- Un programa de premios ambientales internacionales.
- Una red de apoyo de expertos industriales y ambientales experimentados de 47 países diferentes y relaciones con 25 asociaciones internacionales claves de la industria.
- Un listado en ECoNETT, la nueva red de Viajes & Turismo ambiental, desarrollada por WTTC con IBM y la DGXXIII de la Comisión Europea.
- Acceso a la base de datos global de la industria con ejemplos de técnicas y tecnologías y códigos de conducta de la industria.
- Apoyo acerca de aspectos legales en conjunción con 'Freshfields', una firma internacional de abogados.
- Un rango de bases de datos sobre servicios de turismo rural.
- Descuentos ventajosos en eventos y conferencias de entrenamiento Green Globe.

Finalmente, en cuanto a Ecoturismo o Turismo de Naturaleza con buen desempeño ambiental, -Green Globe- aún no ha desarrollado criterios de seguimiento. Esta iniciativa se ocupa en la actualidad de desarrollar criterios para el turismo convencional y es de prever que en el futuro, se ocupe de otros segmentos del gran mercado del turismo.

#### Asociación de Ecoturismo de Australia

A nivel de países, llama la atención el caso australiano. En Australia, la Asociación de Ecoturismo de dicho país, viene adelantando un proyecto de investigación tendiente a desarrollar los criterios de certificación para tour operadores. El propósito es proveer información tanto a los operadores como a las agencias responsables de áreas protegidas, para mejorar sus prácticas de gestión ambiental.

Esta iniciativa australiana, Programa Nacional de Acreditación de Ecoturismo, está siendo adelantada por instituciones no gubernamentales como la Asociación de Ecoturismo de Australia (EAA) y la Red Australiana de Operadores de Turismo (ATON), con el auspicio de la Oficina Nacional de Turismo (el equivalente al viceministerio de turismo de Colombia).

El programa tiene dos niveles de acreditación: el principal y el avanzado. En el primero, aquellos productos ecoturísticos que cumplan todos los criterios principales les será otorgada la "Acreditación de Ecoturismo". No obstante se incentiva a las empresas a operar de forma pro-activa, de tal modo que su desempeño supere los estándares básicos de los criterios principales. El segundo, la "Acreditación Avanzada de Ecoturismo", será otorgada al producto ecoturístico que cumpla cri-



terios de más de una actividad o área<sup>27</sup>.

## CONCLUSIONES

A partir de este estudio podemos concluir lo siguiente:

- El Ecoturismo es una categoría asociada al desempeño ambiental de algunos tipos de turismo de naturaleza. No es un tipo de turismo.
- En consecuencia con lo anterior, a los ojos de la industria del turismo, el “ecoturista” no existe. Pues la clasificación en esta industria viene dada por las actividades que el turista desarrolla y no necesariamente su desempeño ambiental.
- Dentro de la industria del turismo, los agentes económicos que mayor información reciben y gestionan son los tour operadores. Estos son los intermediarios entre la oferta y la demanda. Es en ellos en quienes recae el desarrollo de nuevos productos turísticos, entre los que se cuentan los de naturaleza que pueden llegar a considerarse ecoturísticos en función de su desempeño ambiental, el cual dependerá fundamentalmente de la gestión realizada en los lugares de destino.
- Existen claramente dos enfoques de aproximación al ecoturismo, uno el normativo, utilizado especialmente por las entidades e investigadores vinculados a la conservación del medio ambiente. Por otra parte, el enfoque positivo, es aquel utilizado por la industria del turismo, como vehículo en el proceso de toma de decisiones, y las entidades internacionales que realizan el seguimiento estadístico a su desarrollo.
- En una combinación de ambos enfoques, se obtienen conclusiones específicas sobre algunos aspectos relacionados con la forma de abordar el análisis desde otras perspectivas como la oferta. Entre ellas están:
  - La industria del turismo exige una consideración amplia de los conceptos asociados a biodiversidad. La utilización de pisos térmicos como atractivo de un destino, es un criterio de selección importante, entre muchos otros, a la hora de establecer qué destinos cuentan con mayor potencial. Los inventarios de fauna y flora de las áreas protegidas no son como tales elementos de competitividad dentro de la industria, pues ningún turista podría constatar las cifras que arrojen dichos inventarios.
  - Dado el dinamismo de la industria del turismo, para un análisis de oferta es muy significativo considerar dentro de la infraestructura requerida para definir potencial de destinos, la proximidad a nodos de comunicación internacional, como son las ciudades a donde llegue una alta frecuencia de vuelos internacionales, independientemente de que se trate de turismo convencional.

27 Ecotourism Association of Australia.  
P.O. Box 26.  
RED HILL QLD 4059  
AUSTRALIA.  
E-mail: 100357.1137@compuserve.com.au

- El Ecoturismo se puede lograr en algunas áreas como resultado de la buen desempeño ambiental de tipos de turismo, entre ellos el de naturaleza, con énfasis en áreas protegidas, teniendo en cuenta que la demanda potencial por este turismo es complementaria con otros tipos de turismo, cuando se trata de turistas de origen lejano. Se observa en el análisis de la información, que el turismo de naturaleza es parte integrante de circuitos turísticos que comprenden otros tipos de turismo como el cultural y el de sol y playa.
  - La oferta debe pensarse en función de circuitos e incluso, por tratarse de turismo europeo, el análisis muestra una clara tendencia a que dichos circuitos incluyan más de un país.
  - Es importante reconocer desde la oferta, que la industria del turismo tiene una dinámica propia y que está en funcionamiento actualmente, así que es recomendable conocerla y diseñar estrategias de incorporación a los circuitos existentes, como primer paso, o bien mediante el desarrollo de circuitos nuevos que sean factibles desde la dinámica de esta industria, tal y como se ve reflejada en el análisis de la información tratada.
  - Del análisis de la información de la demanda y de información complementaria, se recomienda considerar para el caso colombiano, los siguientes puertos como nodos de transporte a partir de los cuales se pueden diseñar circuitos de turismo de naturaleza: Bogotá, Cartagena de Indias, Caracas, Manaos, Quito y Panamá.
  - Los lugares de inicio de los circuitos no necesariamente deben estar en territorio nacional, pues hay varios circuitos operando que pueden y de hecho visitan destinos en Colombia, pero que se originan en países vecinos. Un ejemplo claro es la vinculación del PNN Amacayacu a turismo de naturaleza que podemos considerarlo ecoturismo. Los circuitos que desde Manaos van a Iquitos, son los más recomendables para diseñar una estrategia de vinculación.
  - El estereotipo del alojamiento improvisado o de mala calidad asociado al Ecoturismo desde perspectivas conservacionistas, está claramente desvirtuado con los resultados del análisis de información que refleja una alta participación del modelo tradicional de alojamiento hotelero. Esto se detectó tanto para turismo convencional como para el no convencional.
- La demanda potencial por turismo de naturaleza en Colombia se deriva del potencial de la industria del turismo en los tres niveles analizados: regiones, Subregión y Colombia.
  - El comportamiento de llegadas procedentes de países europeos para las regiones, Subregion y Colombia en el periodo analizado, registra una tendencia creciente, la cual da lugar a una proyección de expansión del mercado.
  - En el análisis global de las regiones, la región Caribe presenta la mas alta participación en llegadas procedentes de países europeos, razón por la cual debe ser considerada con especial interés por parte de la planificación turística de los países de área.

- Los productos que conforman mayoritariamente la oferta turística de la región Caribe son susceptibles de ser ofrecidos en Colombia, para lo cual la diferenciación proveniente del turismo de naturaleza podría jugar un papel decisivo gracias a la excelente calidad ambiental de algunas áreas protegidas en el Caribe Colombiano.
- De acuerdo al análisis realizado a las llegadas por país de procedencia, la mayor participación corresponde, para el caso colombiano a España y Alemania respectivamente. Sin embargo, para estimar una demanda potencial en Colombia es preciso considerar el potencial de la Subregión y las regiones. En este sentido los países europeos de mayor participación por procedencia son los siguientes: Alemania, Reino Unido, España, Francia e Italia.
- La estimación de turistas potenciales que debería considerar Colombia en la Subregión asciende a 14'786.883 turistas para los próximos 5 años; que según los gastos medios registrados en cada uno de estos países, se traduce en una demanda potencial de US\$ 15.215' 702.607.
- La misma estimación pero para el caso colombiano arroja un potencial de 723.215 turistas en los próximos cinco años que representan aproximadamente una demanda de US\$ 543' 134.465.
- Del análisis realizado al grupo de países megadiversos, se deduce que la demanda potencial por turismo, estimada a través de las llegadas de viajeros procedentes de países europeos a estos países, no está asociada al componente biodiversidad, si no a otros componentes tales como el grado de desarrollo, infraestructura, etc.
- Se debe resaltar la necesidad de fortalecer mecanismos de certificación a las empresas y agentes vinculados con el turismo, para promover la sostenibilidad de esta importante industria y garantizar mecanismos que permitan alcanzar mejores niveles de comportamiento ambiental y aprovechar adecuadamente el potencial de turismo de naturaleza en Colombia. A este respecto, sería recomendable generar una línea de investigación en torno a los criterios de certificación del turismo de naturaleza en Colombia, que garanticen la posibilidad de desarrollar el ecoturismo sostenible en el país.
- El uso del turismo de naturaleza como elemento diferenciador de la oferta turística colombiana, frente a la creciente demanda potencial que se advierte tanto para el país como para la Subregión y regiones, recomienda un especial interés por parte de los responsables de la planificación y empresarios de la industria turística, así como también de quienes tienen a su cargo la tarea de promover el aprovechamiento económico de la biodiversidad en Colombia.

## LITERATURA CITADA

Boers and Bosch. The Earth as a Holliday Resort, Utrecht, 1994.

Coccosis, H. y Nijkamo, P. 1995 Community Action to Promote Rural Tourism, European Community, Brusselas, 1990. En Sustainable Tourism Development. Inglaterra.

Consejo Europeo. Reglamento Comunitario de ecogestión y Auditoría 1836/1993 en. Boletín Oficial de las Comunidades Europeas.

*Del Reguero Oxinal de Miguel. ECOTURISMO. Nuevas Formas del Turismo en el Espacio Rural*, Barcelona, 1994.

Federation of Nature and National Parks of Europe. Loving them to death ?. Sustainable Tourism in Europe's Nature and National Parks, 1993.

Gobierno Vasco. Guía de Agroturismo País Vasco 1995, Bilbao, 1995.

Héctor Ceballos Luscaráin, IUCN. Tourism, Ecotourism and Protected Areas, Francia, 1996.

Instituto de Estudios Turísticos. Estudio de los paquetes turísticos 1996-1997, Madrid, 1997.

Instituto de Estudios turísticos. El Turismo en España en 1997. El Turismo de los Españoles, Madrid, 1998.

IUCN. Tourism, Ecotourism and Protected Areas, Suiza, 1996, pag 46.

Ministerio de Desarrollo Económico. Ley General de Turismo.

OMT - PNUMA. Directrices : Ordenación de los Parques Nacionales y Zonas Protegidas para el Turismo, Madrid, 1995.

OMT- World Travel & Tourism Council - Earth Council. Agenda 21 for the Travel & tourism Industry : Towards Environmentally Sustainable Development, 1996.

OMT. Noticias OMT (publicación bimensual) Madrid, 1998.

OMT. Tendencias del Mercado Turístico. Las Américas, Madrid, 1998.

TUI. TUI Annual Report 1995 / 1996, Hannover, 1996.

World Travel & Tourism Environment Research Centre. Travel & Tourism, Oxford, 1993.

World Travel and Tourism Council – Earth Council – OMT. 1995 Agenda 21 para la Industria de Viajes y Turismo, Londres.

WWF. Beyond the Green Horizont : A discussion paper on Principles for Sustainable Tourism, Reino Unido, 1992.

