

## **CONAMA 10 - DOCUMENTO PRELIMINAR DEL GRUPO DE TRABAJO SOBRE GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN TURISMO Y SOSTENIBILIDAD**

### **PARTICIPANTES**

Coordinador:

- José M<sup>a</sup> de Juan Alonso, Sociedad Española de Ecoturismo/ EARTH Europe.

Relatores:

- Jesús Blázquez Sánchez, Pangea Educación y Deporte en la Naturaleza, S.L.
- Ramón F. Ramón Santiago, INECO-Comunicación para el Patrimonio.

Colaboradores técnicos:

- Alberto Arias, Mugámara Viajes.
- Alberto García Lampérez, Renfe Operadora.
- Amaya Apesteguía Armijo, OCU Ediciones.
- Ana Barbadillo, AECID.
- Ana Ríquez, COPADE-Comercio para el Desarrollo.
- Ana María Palomera Pérez-Consultora independiente.
- Ángela Díaz Martín, Sociedad Española de Ecoturismo.
- Ángeles López Rubio, Consultora independiente.
- Antonio de la Torre Arquillo, OCU ediciones.
- Arturo López Ornat, Consultor independiente.
- Beatriz Martín Rodríguez, KOAN Consulting, S.L.
- Carlos Díaz Rivero, Gobierno de Canarias.
- Carlos Rodríguez Casals, Fundación CONAMA.
- Carolina Borraz, Fundación Biodiversidad.
- Cristina del Pozo Sánchez, Fundación Paisaje.
- Cristina Olmos, Consultora independiente.
- Dolores Herrero Amo, Universidad Carlos III de Madrid.
- Fernando Fernández-Liébraz, Agencia Andaluza de la Energía.
- Fernando Ramos García, Ineco-Comunicación para el Patrimonio.
- Gabriel Vilorio, Programa de Turismo Solidario y Sostenible en África-Fundación Cultural BANESTO.
- Gemma Rodríguez, Acciónatura.
- Jaime Manteca, COPADE-Comercio para el Desarrollo.
- Javier Sánchez García, HAZELAN BESAIDE S. Coop.
- Javier del Valle, Fundación Boreas.
- Javier Benayas del Álamo, Universidad Autónoma de Madrid.

- Javier Fernández, COPADE-Comercio para el Desarrollo.
- Jesús Carrasco Vaya, Asociación Cultural Amigos de las Salinas de Interior.
- Jesús Alonso Millán, Fundación Vida Sostenible.
- Joaquín Cassinello Lorente, Fundación Vida Sostenible.
- José Magro, AENOR.
- José Luis Solano Burgos, UGT.
- Juan Julián del Nido Martín, Junta de Castilla y León.
- Katia Hueso Kortekaas, Anser Gestión y Proyectos.
- Laura Fernández Zarza, Asociación de Ciencias Ambientales (ACA)
- Leonardo Lorca Abad, UGT.
- María Jesús Merino Poyo, Fundación Apadrina un Árbol.
- María Muñoz, Universidad Autónoma de Madrid.
- María Pilar Palomar Anguas, Universidad Rey Juan Carlos.
- Marian Lorenzo Quintela, Consultora Independiente.
- Mónica González Gálvez, Koan Consulting SL
- Rafel Lara, Responsable de Área de Uso Público de EGMASA.
- Roberto Aquerreta, Asociación Territorios Vivos.
- Santiago Fernández Muñoz, Colegio de Geógrafos.
- Sara Gutiérrez, KOAN Consulting, S.L.
- Santos Núñez, RENFE.
- Trinidad Vacas Guerrero, Universidad Rey Juan Carlos.

## **RESUMEN**

Este Grupo de Trabajo incide de forma general en recopilar iniciativas, información, referencias documentales, investigaciones y propuestas de acción sobre las relaciones entre turismo, desarrollo y sostenibilidad. El Grupo ya ha trabajado en el marco de anteriores congresos CONAMA sobre diversas temáticas, todas ellas relativas a las relaciones entre turismo, medio ambiente y desarrollo sostenible. Como Grupo de Trabajo con la conformación y denominación actual, ha trabajado en el marco de CONAMA 9 en los aspectos de:

- turismo en espacios naturales protegidos,
- códigos y herramientas de sostenibilidad turística para empresas y destinos,
- turismo y cambio climático.

En este periodo dedicado a CONAMA 10, el Grupo incide de forma particular en dos líneas de trabajo:

- turismo en espacios naturales protegidos,
- turismo sostenible y responsable en la cooperación al desarrollo.

La actividad turística, la creación de sus infraestructuras y las políticas de movilidad y transporte ligado al turismo tienen un papel relevante en el cambio climático, así como otra larga serie de impactos en el medio ambiente, en la sociedad, en la cultura local y en el paisaje; y existe en consecuencia la necesidad de planificar desde los destinos y desde las empresas la respuesta que permita un desarrollo equilibrado y sostenible. Esta respuesta debe llegar tanto por parte de los entes gestores de los destinos de cualquier tamaño como por parte de la industria turística, a través de sus empresas, profesionales y empleados. De ahí la necesidad de que las actividades de este grupo de trabajo sean diseminadas en el marco de la industria turística en general en todos sus niveles de decisión.

Por otra parte, existe una gran cantidad de documentación al respecto que está dispersa y no ordenada, y el grupo trata de elaborar un mínimo catálogo de referencias que resulten de utilidad para profundizar en el estudio de cada uno de los temas. Así

mismo, se trata de animar e integrar al sector asociativo turístico, tanto empresarial como profesional, en los trabajos del Grupo; de modo que el sector privado sea partícipe y cómplice del compromiso ambiental y social que este Grupo de Trabajo representa.

Ello se enmarca en un objetivo fundamental del Grupo que es presentar a la sociedad la situación de las relaciones entre el turismo, el desarrollo sostenible y el medio ambiente, tanto en España como en el contexto internacional.

El Grupo trata de sistematizar y actualizar el conocimiento acumulado y convertirlo en herramientas de gestión y comunicación eficaces. De forma particular, el Grupo trata de identificar tanto medidas ambientales, como medidas de responsabilidad social adaptadas de forma particular a los pequeños entes de gestión de destinos y las pequeñas empresas. Las herramientas y sistemas complejos desde el punto de vista técnico y económicamente costosos no están al alcance de las PYMES o de los profesionales independientes que son el tejido fundamental de la industria turística.

El Grupo pretende incorporar también los aspectos de accesibilidad y turismo universal al marco del desarrollo sostenible, identificando su presencia en los códigos de conducta, manuales de buenas prácticas y herramientas de sostenibilidad existentes. La sostenibilidad en los eventos también será objeto de una mención de las novedades que se hayan producido que sean relevantes para el conjunto de la industria turística y del ocio organizado.

Con su trabajo, el Grupo tiene la intención de contribuir a la divulgación de estos temas y de sus avances entre el sector académico turístico, la industria turística y las diversas Administraciones públicas ligadas al turismo.

En sucesivas ediciones de CONAMA, y a pesar de que la actual crisis económica dificulta sobremanera los desplazamientos, los encuentros y el trabajo del Grupo en general, se pretende seguir avanzado en estos temas que están en una dinámica permanente de cambio, así como

## **OBJETIVOS**

- Enlazar profesionales de distintos ámbitos del turismo y la sostenibilidad que puedan aportar visiones e informaciones enriquecedoras y complementarias sobre los retos que se plantean entre ambos campos.
- Generar un debate profundo sobre la situación y perspectivas del turismo y la sostenibilidad en España y, en la medida de lo posible, en el contexto global internacional.
- Revisar la aplicación de estrategias de desarrollo que cuentan con un marco la sostenibilidad y de responsabilidad en el turismo en el marco de la cooperación internacional.
- Abordar la situación del turismo en los espacios naturales protegidos y sus oportunidades para la conservación de los recursos naturales y para el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales.
- Abordar la situación de la actividad turística frente al cambio climático y sus posibles avances o regresiones.
- Establecer un sistema básico de clasificación y gestión del conocimiento existente sobre todos los temas tratados.

## **ÍNDICE DEL DOCUMENTO**

### 1. El turismo y la cooperación internacional.

#### 1.1 Análisis histórico en España.

#### 1.2 El turismo en el diseño e implementación de proyectos de desarrollo en el Sur.

#### 1.3 Concienciación y sensibilización de los actores del sector.

#### 1.4 Apoyo a los programas de turismo comunitario.

#### 1.5 Incorporación de la OMT al sistema de Naciones Unidas.

#### 1.6 El viaje solidario. Hacia la definición de turismo solidario: turismo sostenible, turismo responsable, turismo justo.

### 2. Gestión del uso público y del turismo en los espacios naturales protegidos.

#### 2.1 Presentación.

#### 2.2 Los Planes de Comunicación, Educación y Participación como herramientas de gestión del uso público.

#### 2.3 Centros de Interpretación. Luces y sombras.

#### 2.4 Profesionales en gestión del uso público. ¿Existen? ¿Cuál es su perfil?

## **CONTENIDOS**

### **1. El turismo y la cooperación internacional.**

#### **1.1 Análisis histórico en España.**

Desde finales de los años 90 la relación entre el turismo y la cooperación internacional ha ido cambiando notablemente. Es más, en la última década se ha incrementado la relevancia del turismo entre las organizaciones no gubernamentales de desarrollo y los organismos públicos de cooperación internacional del Estado Español. Este fenómeno se evidencia tanto en sus planes de actuación como en la aplicación de recursos.

Así, el número de ONGD especializadas en turismo aumenta cada año; cuando a principios de la década prácticamente no existían, y crece también el de organizaciones multisectoriales que incorporan este ámbito en sus líneas de actuación.

Igualmente, ha entrado en los Planes Directores de la AECID (En lo que se refiere al turismo y el comercio exterior, el Plan Director de Cooperación 2005-2008 afirmaba lo siguiente: “España es una de las principales potencias en turismo. Toda esta experiencia y conocimiento es un valor añadido de gran importancia para los programas y proyectos de la Cooperación Española (...) La construcción y consolidación de los mercados internacionales constituye una estrategia fundamental de fortalecimiento económico de los países en vías de desarrollo. La Cooperación Española estimulará estas inversiones (de empresas españolas en el exterior) mediante instrumentos ad-hoc que atiendan distintas fases de los proyectos de inversión (partenariados público privados, Fondos de Estudios de Viabilidad, asistencias técnicas, etc).”) y de las agencias de cooperación de diversas comunidades autónomas. Como resultado de ello, han aumentado los fondos públicos que, directa o indirectamente, consideran el turismo como instrumento de cooperación.

Esta mayor presencia del turismo en la agenda de la cooperación internacional presenta, al menos, tres facetas:

Por un lado, se ha consolidado la apreciación de que determinados tipos o modelos turísticos pueden ser adecuados instrumentos de intervención social en los países del Sur en la lucha contra la pobreza.

Dado el importante papel del Estado Español como receptor y emisor de turistas, la sensibilización y la Educación para el Desarrollo sobre esta actividad también se convierte en un ámbito interesante dirigido a formar personas para un consumo y una gestión responsable.

Finalmente, aumenta la consideración de que se trata de un sector económico que requiere vigilancia y control ante los impactos no deseados que genera en las sociedades y ecosistemas del Sur, y que son cada vez más intensos dado su rápido crecimiento y su mayor peso en la economía de estos países.

A pesar de ello, hay que recalcar que la inmensa mayoría de las instituciones públicas dedicadas a la cooperación internacional para el desarrollo en España no cuentan con técnicos expertos en turismo.

## **1.2 El turismo en el diseño e implementación de proyectos de desarrollo en el Sur.**

El reto del desarrollo sostenible en países con pocos recursos económicos y recursos humanos con baja cualificación exige una transferencia de conocimiento por parte de las naciones con más experiencia en el sector. Es fundamental, que la cooperación internacional priorice la transferencia de know how dirigida a responsables políticos de turismo, prestándoles la orientación y asistencia necesaria, en la elaboración y ejecución de políticas que favorezcan un turismo más sostenible.

La Ley 23/1998, de 7 de julio, de Cooperación Internacional para el Desarrollo establece como uno de los objetivos últimos de la Cooperación Española “la sostenibilidad y regeneración del medio ambiente”. Igualmente, el Plan Director de la

Cooperación Española 2001-2004, aprobado en Consejo de Ministros el 24 de noviembre de 2000, fija seis sectores de concentración, entre los que se encuentra la defensa del medio ambiente y tres prioridades horizontales, entre ellas la sostenibilidad medioambiental.

El objetivo de la cooperación de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo en el sector turístico es el apoyo a los países receptores de ayuda para poner en marcha sus propias estrategias de desarrollo sostenible del turismo como factor de progreso económico y social y como instrumento de lucha contra la pobreza.

### **1.3 Concienciación y sensibilización de los actores del sector.**

Numerosas instituciones internacionales se han dedicado al desarrollo de convenciones, seminarios, códigos, acuerdos y tratados encaminados a promover un turismo sostenible a escala mundial. Se trata de hacer llegar un mensaje claro a los gobiernos, actores del sector, colectivos y turistas.

La sostenibilidad de las actividades turísticas que actualmente parece un “sine qua non” se considera actualmente un común denominador en la literatura turística. Sin embargo, lo “normal” de esa relación en nuestros días no significa que dicho maridaje se haya producido de forma lineal o automática o que los postulados de la sostenibilidad se hayan aceptado, sin más, por la industria turística. Podemos constatar que se ha producido un lento proceso de “filtración” de las ideas de la sostenibilidad al turismo, proceso que a pesar de los progresos observados todavía no ha finalizado.

Dicho iter procesual se inicia en la década de los 70, cuando las ideas y principios conservacionistas y ambientalistas propios del Ecodesarrollo comienzan a aflorar en una serie de contribuciones académicas (Krippendorff, 1982; De Kadt, 1979; Cals, 1995) de gran influencia.

Tales corrientes de pensamiento coinciden en el tiempo con los trabajos y análisis de organizaciones antecedentes y precursoras de la Organización Mundial del Turismo (OMT) como fue la IUOTO (Unión Internacional de Organizaciones Oficiales de

turismo) sobre todo en la primera mitad de la década de los setenta. A partir de 1975 será la propia OMT y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 1980) los motores de activación del proceso.

Esa pluralidad de estudios y trabajos comparten la visión de la conservación de los recursos naturales, entendida como necesidad contextual de la industria turística. Por cuanto que el turismo depende de los mismos, ya que dichos recursos son simultáneamente atractivos turísticos por una parte y factores de producción, por otra. Igualmente, el conjunto de trabajos subrayan los impactos negativos del turismo, y el riesgo cierto de que tales impactos se acentúen con la progresiva expansión del uso turístico. Por lo que se hace preciso conciliar desarrollo turístico con conservación ambiental, exigiéndose la planificación integrada de las actividades turísticas (Ivars, 2001).

Un hito de importancia va a ser la Declaración de Manila (1980), fruto de la Conferencia Mundial del Turismo celebrada en dicha ciudad filipina. En el punto 18 de la Declaración, se reconoce por vez primera a niveles “institucionales” que la satisfacción de la Demanda turística no debería conculcar o amenazar los intereses económicos y sociales de las comunidades residentes, el entorno medioambiental o los recursos naturales que constituyen el principal atractivo para los turistas o los sitios culturales o históricos.

Asimismo, la Declaración considera que los recursos turísticos de que disponen los países están constituidos por elementos heterogéneos: espacio, bienes y valores. Entendiendo que se trata de recursos cuyo empleo no puede dejarse a la utilización incontrolada, sin correr el riesgo de su degradación o incluso de su destrucción. Igualmente, se establece que todos los recursos turísticos pertenecen al patrimonio de la humanidad, las comunidades nacionales y la comunidad internacional deben desplegar los recursos necesarios para su preservación (OMT, 1980)

La OMT va a desarrollar esta línea trabajo en toda una serie de documentos y declaraciones, donde la sostenibilidad aparecerá progresivamente investida de un rol protagonista, de absoluta centralidad, a la citada Declaración de Manila le seguirá la Resolución de la VI Asamblea General de la OMT (Sofía) donde se va a adoptar la Declaración de Derechos y el Código del Turista de Sofía (1985). Línea de trabajo, continuada con la Declaración de la Haya sobre el Turismo (1989) y que va a culminar

en la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible (1995) un paso decisivo en el iter de afirmación de la sostenibilidad. De la conferencia emergerá un output decisivo la Carta del Turismo Sostenible de Lanzarote (1995) texto donde la relación Turismo/Sostenibilidad adquiere un carácter orgánico. El documento establece “el carácter mundial del fenómeno turístico” así como su importancia fundamental en el desarrollo socioeconómico de muchos países.

La Carta de Lanzarote, promueve una visión global de la sostenibilidad al interno del fenómeno turístico, promoviendo la creación de vínculos de paz (cada vez más estrechos entre los diversos pueblos del mundo) el respeto a la diversidad cultural y a los diferentes modos de vida, en el intento de preservar a los países más débiles en términos económicos de ser explotados por los más poderosos. El texto define los principios generales a que la actividad turística debe atenerse y los objetivos a alcanzar, desarrollados en 18 puntos, de los que se compone la Carta del Turismo Sostenible adoptada en la Conferencia Mundial de Lanzarote.

Nuevas contribuciones de la Organización Mundial del Turismo que dan continuidad a los trabajos realizados, vienen constituidas por la Agenda 21 para la Industria del Turismo y los Viajes: hacia un desarrollo ecosostenible (1996) y el Código Ético Mundial del Turismo Sostenible(1999)<sup>5</sup>, piedra de toque de toda la construcción de la sostenibilidad en relación al turismo, y en cuyo proceso de aprobación (Reuniones de Estambul, 1997; Cracovia, 1998; Nueva York, 1999;) culminado con la declaración de Santiago se han realizado interesantes avances en el tema.

Otras aportaciones provenientes de fuentes distintas a la OMT encuadradas en la relación Turismo /sostenibilidad serian las siguientes:

- “Directrices para un turismo compatible con el medioambiente” (Paris, 1995);
- “Desarrollo del turismo sostenible en los pequeños estados insulares” (Comisión de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, 4 Sesión, Nueva York, 1996);
- “Seminario “Think Tank” regional europeo para la implementación a nivel local del Plano de acción de la Agenda 21 para la Industria del Turismo y los Viajes” (Londres, 1997);

- “Declaración de Malè sobre el desarrollo del turismo sostenible” (Maldivas, 1997);
- “Declaración de Berlín” (Conferencia Internacional de Ministros del Ambiente sobre Biodiversidad y Turismo, 6 a 8 marzo 1997, Naciones Unidas)
- “Declaración de Manila sobre los Efectos Sociales del Turismo”, del 22 de mayo de 1997
- “Declaración de Calvià sobre Turismo y Desarrollo Sostenible en el Mediterráneo” (Conferencia Internacional sobre Turismo y Desarrollo Sostenible en el Mediterráneo, 19 abril 1999)

Posiblemente sea la Declaración de Berlín (1997) la contribución más notoria por su influencia, difusión y signatarios habiendo tenido una notabilísima resonancia a nivel mundial.

Vamos a destacar algunas de las iniciativas que se han tomado a nivel internacional con más detalle:

- Elaboración del código mundial de ética de la Organización Mundial del Turismo (OMT), que abarca las dimensiones económica, social y cultural del sector. Los diez artículos de este código, ([http://www.urv.cat/media/upload/arxiu/URV\\_Solidaria/Viatges/codigo\\_etico\\_mundial\\_-\\_turismo.pdf](http://www.urv.cat/media/upload/arxiu/URV_Solidaria/Viatges/codigo_etico_mundial_-_turismo.pdf)) abordan cuestiones pertinentes como la preservación de la cultura mediante el turismo, la prevención de la explotación de las mujeres y de los niños o la promoción del turismo como factor de desarrollo sostenible entre otras.

La preparación de este Código se pidió en una resolución de la Asamblea General de la OMT que fue adoptada en la reunión que se celebró en Estambul en 1997. En los dos años siguientes, se constituyó un Comité Especial sobre la preparación del Código Ético Mundial para el Turismo, y el Secretario General y el Consejero Jurídico de la OMT prepararon un documento preliminar en consulta con el Consejo Empresarial, con las Comisiones Regionales, y con el Consejo Ejecutivo de la Organización.

La Comisión de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible, reunida en Nueva York en abril de 1999, aprobó el concepto del Código y pidió a la OMT que recabara nuevas aportaciones del sector privado, de las organizaciones no gubernamentales y

de las organizaciones sindicales. Se recibieron observaciones escritas sobre el Código de más de 70 Estados Miembros de la OMT y otras entidades.

El Código Ético Mundial para el Turismo es, por tanto, la culminación de un completo proceso de consulta. Los diez artículos que lo componen fueron aprobados por unanimidad en la reunión de la Asamblea General de la OMT en Santiago de Chile, en octubre de 1999.

El Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas (ECOSOC), en su periodo de sesiones sustantivo de julio de 2001, adoptó un proyecto de resolución sobre el Código Ético y pidió a la Asamblea General de las Naciones Unidas que expresara su apoyo. El reconocimiento oficial de la Asamblea General de las Naciones Unidas del Código Ético Mundial para el Turismo se produjo el 21 de diciembre de 2001, en virtud de su resolución A/RES/56/212, con la que alentaba de nuevo a la Organización Mundial del Turismo a promover un seguimiento efectivo del Código.

*“El Código Ético Mundial para el Turismo crea un marco de referencia para el desarrollo responsable y sostenible del turismo mundial al alba del nuevo milenio.*

*Su texto se ha inspirado en numerosas declaraciones y códigos profesionales similares que lo precedieron, y a los que añade nuevas ideas que reflejan el incesante cambio de nuestra sociedad en el comienzo del siglo XXI.*

*Ante la previsión de que el turismo internacional llegue casi a triplicar su volumen en los próximos veinte años, los Miembros de la Organización Mundial del Turismo están convencidos de que el Código Ético Mundial para el Turismo es necesario para ayudar a minimizar los efectos negativos del turismo en el medio ambiente y en el patrimonio cultural, al tiempo que se aumentan al máximo sus beneficios para los residentes de los destinos turísticos.*

*El Código Ético Mundial para el Turismo aspira a ser un documento vivo. Léalo. Délo a conocer. Participe en su aplicación. Solamente con su cooperación lograremos proteger el futuro del sector turístico y aumentar su contribución a la prosperidad económica, a la paz y al entendimiento entre todas las naciones del mundo.”*

(Francesco Frangialli, Ex Secretario General de la Organización Mundial del Turismo).

Los principios del turismo sostenible, adoptados en Nueva York en 1999, por la séptima sesión de la comisión para el desarrollo sostenible, constituyen otro importante hito. Los participantes en la conferencia presionaron a los gobiernos para

aplicar en sus respectivos países estos principios y directivas para dirigir el turismo de manera responsable y democrática.

La convención sobre diversidad biológica que establece unos principios internacionales que obligan a las partes a tomar medidas que garanticen un turismo sostenible en los ecosistemas terrestres, marinos y costeros frágiles y en los hábitats determinantes para la preservación de la biodiversidad, al igual que en áreas protegidas, sobre todo los ecosistemas lacustres y montañosos críticos.

El Convenio fue adoptado por el Comité Intergubernamental de Negociación en Nairobi, en mayo de 1992 y puesto a la firma de las Partes durante la Cumbre para la Tierra, en la cual los países, de manera paralela, trabajan en el tema de la diversidad biológica y adoptan programas relativos a la diversidad biológica, complementarios a las disposiciones vinculantes del Convenio. Específicamente, los Capítulos 15 y 16 del Programa 21 brindan orientaciones programáticas en los temas de la conservación de la diversidad biológica y en la gestión ecológicamente racional de la biotecnología.

Los objetivos del Convenio sobre Diversidad Biológica son "la conservación de la biodiversidad, el uso sostenible de sus componentes y la participación justa y equitativa de los beneficios resultantes de la utilización de los recursos genéticos".

El Convenio es el primer acuerdo global cabal para abordar todos los aspectos de la diversidad biológica: recursos genéticos, especies y ecosistemas, y el primero en reconocer que la conservación de la diversidad biológica es "una preocupación común de la humanidad", y una parte integral del proceso de desarrollo. Para alcanzar sus objetivos, el Convenio - de conformidad con el espíritu de la Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo- promueve constantemente la asociación entre países. Sus disposiciones sobre la cooperación científica y tecnológica, acceso a los recursos genéticos y la transferencia de tecnologías ambientalmente sanas, son la base de esta asociación.

Para más información: <http://www.cbd.int/>

A finales del 2010 el protocolo cuenta con 168 firmas.

- El manifiesto internacional del turismo cultural, organizado por el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios y apoyado por la UNESCO, aborda el desarrollo de un turismo sostenible en los sitios y centros históricos haciendo énfasis en el respeto de la cultura y las tradiciones locales.
- La elaboración de un código de conducta para la prevención de la explotación sexual de los niños en el turismo por la OMT y ECPAT internacional (End Chile Prostitution, Child Pornography and the Trafficking of Children for Sexual Purposes), una red internacional que agrupa organizaciones que luchan contra la prostitución y la pornografía infantiles así como en contra de la trata de niños con fines sexuales.

No hay que olvidar que la mayoría de estas iniciativas sólo tienen un peso moral, sin fuerza legal, por eso es esencial que los gobiernos las apoyen que la sociedad civil las reivindicamos y que eso contribuya a que nuestros gobiernos creen marcos normativos inspirados por esas directivas para el desarrollo del turismo y que todos los actores implicados nos esforcemos cada uno en nuestro ámbito de actuación en aplicar códigos de turismo sostenible.

Término este, el del turismo sostenible también en entredicho, para Juan Sarrión de Pangea ([www.rutaspangea.com](http://www.rutaspangea.com)) no hay turismo que sea sostenible o como también dice Carlos Buj (<http://turismo-sostenible.net>) para poder hablar de turismo sostenible todo el proceso turístico debería ser sostenible y eso no es así en el momento actual, ni mucho menos. Por lo que muchas personas están empezando a plantear otros términos como el del **turismo responsable**. El turismo responsable es aquel que es consciente de estas dificultades, pero procura hacer lo que está en su mano para acercarse lo más posible a la sostenibilidad. Se plantea alcanzar buenas prácticas realistas. Y muy importante no sólo planteadas en términos de sostenibilidad social, sino que trata de hacer mucho hincapié en la sostenibilidad social que en muchos casos ha sido la gran olvidada, sacrificada para conseguir un “desarrollo” que en muchas ocasiones sólo beneficia a unos pocos.

#### **1.4 Apoyo a los programas de turismo comunitario.**

No cabe duda de que el turismo comunitario, en su configuración actual, presenta dificultades importantes para su acceso eficaz al mercado turístico, tanto nacional como internacional.

En general, la situación actual en buena parte de los países de Iberoamérica, que están muy centrados en el turismo comunitario, es de un exceso claro de oferta en relación a las posibilidades reales de alcance al mercado de dicha oferta, en función de las estructuras de comercialización utilizadas y del interés despertado en la demanda hasta el momento.

Por otra parte, y por lo que respecta a la planificación, tampoco cabe duda de que no han existido hasta el momento una planificación adecuada y una adaptación de dicha oferta a las estructuras del mercado.

En este momento, la principal problemática de cara a la colocación de estos productos en los mercados emisores es la inexistencia de estructuras receptoras de turismo comunitario o CBT-Community Based Tourism, que permitan la inclusión de los productos de turismo comunitario en la programación de los operadores turísticos con ciertas garantías de organización de la producción.

A este respecto hay que tener en cuenta que, en general, las estructuras de turismo comunitario son débiles, atomizadas y dispersas en el territorio; por lo que resulta difícil proceder a la organización de la producción, así como a la definición de productos y a la contratación de los mismos.

Así mismo, tanto las denominaciones de los productos como los propios modelos productivos también son diferentes, por lo que resulta difícil presentar una producción y una imagen del producto unitarias y coordinadas ante el mercado.

Es cierto que uno de los principales atractivos del turismo comunitario es precisamente el rico y diverso conjunto de los valores culturales locales y su diferencia con la cultura uniforme del turismo masificado; pero al mismo tiempo es necesario que dicho turismo comunitario ofrezca algún tipo de uniformidad y garantía en sus relaciones comerciales.

Del mismo modo que resulta complejo para los operadores turísticos y las agencias de viajes emisoras, resulta difícil para los turistas individuales acceder a la información, reserva y contratación con garantías de los productos de turismo comunitario.

Por otra parte, el turismo comunitario tiene relaciones inevitables con otros productos turísticos; como son el turismo rural, el ecoturismo, el turismo activo, el turismo cultural, el turismo vivencial, el turismo étnico y otros. Estos productos en sus diversas combinaciones refuerzan el turismo comunitario y son necesarios para enriquecer su oferta. En determinados mercados que no tienen la costumbre cultural de practicar turismo comunitario, como es el caso del mercado español, es muy difícil comercializar este producto de forma independiente. En general forma parte de otros productos como extensión, complemento u opción.

Por otra parte, en lo que respecta a la imagen del turismo comunitario frente al mercado, el exceso de términos y conceptos descoordinados dificulta mantener una imagen unitaria y sólida. Por ejemplo, podemos citar entre otros:

- turismo rural comunitario,
- ecoturismo comunitario,
- etnoecoturismo,
- turismo vivencial,
- turismo con identidad,
- turismo con base local.

A este respecto, es necesario que se den algunas condiciones mínimas de estandarización o rasgos básicos del producto para que tanto los operadores turísticos como los clientes finales puedan identificar un modelo de producto bien definido y con un patrón identificable bajo una sola denominación.

Es necesario reseñar en estas consideraciones generales que existe un desconocimiento general de lo que es el turismo comunitario en la demanda turística global, fuera de los canales más orientados al turismo alternativo y al turismo solidario.

Por ello será necesario proponer acciones globales de notoriedad y posicionamiento de la imagen del turismo comunitario como fuente de bienestar para las comunidades locales, y de enriquecimiento cultural y vital para los visitantes.

Así mismo, se da en el mercado una falta generalizada de notoriedad de los destinos de turismo comunitario, que varía fuertemente de unos países a otros, en función de la importancia y el tratamiento que le hayan dado a esta modalidad de producto en su planificación y en su promoción.

También es cierto que dentro de cada uno de los países que ofrecen turismo comunitario, no todos los micro-destinos presentan las mismas condiciones de imagen, seguridad, accesibilidad, atractivo, etc.

La falta de posicionamiento en el turismo comunitario en el mercado está relacionada con la falta de notoriedad antes citada: los destinos no son en general muy conocidos y además dentro de ellos el turismo comunitario tiene una imagen débil o no bien identificada.

Se pueden citar más factores que influyen en las dificultades de posicionar el turismo comunitario, como es la desconfianza en el producto y en los productores por parte de los operadores e intermediarios turísticos. Esta desconfianza viene motivada en parte por el desconocimiento y en parte por la informalidad e irregularidad de muchas operaciones del turismo comunitario en el mercado, que dañan la imagen general del producto para todos los países.

A este mismo respecto, será importante que los productos de turismo comunitario sean lanzados al mercado únicamente cuando exista la seguridad de una cierta fiabilidad y continuidad de la oferta, con el fin de evitar dicha desconfianza.

Por su parte, la debilidad y dispersión de la oferta de turismo comunitario les dificulta organizarse para realizar acciones de promoción y comercialización conjuntas.

Existe así mismo un desconocimiento general por parte de los productores de turismo comunitario de la oferta de los circuitos comerciales, y en general de la estructura del mercado turístico.

Estas acciones servirán para presentar a los productores de turismo comunitario la estructura del mercado turístico internacional, sus diferentes canales y la forma en que ellos pueden acceder a cada uno de dichos canales más adecuados para su producto, tanto de forma independiente como asociada.

Por su parte, la evolución de las tecnologías de información y comunicación en el turismo tiene una gran influencia en las opciones de mercado del turismo comunitario, especialmente dadas las condiciones ya citadas de dispersión, atomización productiva y debilidad tecnológica que afectan al turismo comunitario como a otros productos no convencionales.

En este momento, varios organismos nacionales e internacionales de cooperación al desarrollo están en un proceso intenso de reflexión sobre la eficacia de la ayuda en turismo comunitario; dado que una buena parte de la cooperación que se ha prestado en este campo se ha concentrado en la creación de oferta, pero se han descuidado los aspectos comerciales.

Así mismo, la crisis financiera internacional y sus efectos en el turismo mundial plantean un momento complicado para la introducción en el mercado de destinos menos accesibles; pero en todo caso entendemos que se trata de una situación claramente coyuntural y en proceso de mejora, lo que anima aún más si cabe a abordar este trabajo.

En este momento, muchos de los principales operadores de turismo de Iberoamérica, algunos de ellos con treinta y cuarenta años de presencia en el mercado turístico internacional, ya trabajan con turismo comunitario y/o lo apoyan por medio de iniciativas propias. Algunos de ellos ejercen además su RSC-Responsabilidad Social Corporativa con las comunidades locales visitadas, con las que trabajan habitualmente consumiendo servicios de alojamiento, restauración y hostelería, guiado de grupos, transporte local, compra de producción agropecuaria, compra de artesanía, etc.

También es cierto que existe un buen grupo de operadores turísticos, especialmente los de menor tamaño y los emisivos, que trabajan apenas con este turismo o sólo con lugares muy seleccionados y fidelizados; debido en general a la falta de demanda continuada y/o a la desconfianza en la calidad a la que hemos hecho referencia. Es éste un factor que habrá que vencer en el marco de este trabajo por medio de campañas de información y sensibilización hacia ambas partes.

En todo caso, el panorama entre los grandes operadores es muy positivo con respecto al turismo comunitario, al que estos operadores apoyan también de forma continua con acciones formativas, provisión de equipos de guiado y de seguridad, etc.

Es necesario proponer esquemas que primen la cualificación, la especialización y la profesionalización en el marco del turismo comunitario; pero eviten situaciones de monocultivo del turismo comunitario y actividades afines que puedan generar riesgos de una excesiva dependencia de los flujos turísticos para las comunidades locales.

Para que todo este conjunto de medidas estructurales en el marco del turismo comunitario tenga éxito, es necesario proponer paralelamente las medidas de formación y capacitación necesarias, con el fin de garantizar el éxito comercial y reducir la dependencia de factores externos del mercado y de la estructura comercial nacional e internacional.

De forma particular, las acciones de formación y capacitación estarán orientadas a la capacitación en calidad de la producción, promoción y comercialización. Así mismo, se propondrán medidas de formación y sensibilización dirigidas a los operadores y agentes de viajes locales para que conozcan y asuman en profundidad los productos de turismo comunitario, su significado social y sus posibilidades comerciales.

Se propondrá así mismo la coordinación de las iniciativas de turismo comunitario con otras iniciativas de desarrollo económico local como son el comercio justo, la producción de artesanías o la producción agropecuaria diferenciada; con el fin de complementar ingresos, generar sinergia con la actividad turística y reducir la dependencia de los flujos turísticos.

Así mismo, se tendrá en cuenta de forma primordial en las medidas de desarrollo del turismo comunitario que se tomen el enfoque de género y los principios de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. Ello se tiene en cuenta al objeto de que las mujeres de las comunidades locales implicadas puedan ir progresivamente accediendo a puestos de trabajo cada vez más cualificados.

Se promoverán a tal fin acciones especialmente relacionadas con la formación, la capacitación y el apoyo a los núcleos familiares, así como los servicios de apoyo específico a las mujeres (guarderías, sanidad, transporte, ...) con el fin de que puedan desarrollar su labor profesional en el marco del turismo y los negocios afines al mismo.

Se tendrán en cuenta así mismo en la identificación de datos sobre la actividad en turismo comunitario la generación de empleo en el seno de la comunidad local, o empleo endógeno. Estos datos servirán para la generación de estrategias que fomenten de forma específica el empleo local y desarrollen acciones de formación y capacitación que se adapten a las condiciones particulares de dicha población local en cuanto a datos como:

- temporadas,
- horarios,
- otras actividades productivas,
- estructura social y familiar,
- transporte,
- nivel cultural,
- nivel tecnológico,
- dispersión en el territorio,
- y cualesquiera otros factores que influyan en la definición y ejecución de las acciones formativas y otras acciones de fomento del empleo local.

Se tendrán en cuenta así mismo los principios de mejora de las condiciones de vida de las comunidades indígenas y pueblos originarios en el destino; de modo que éstos

puedan acceder a ser agentes de su propio destino, y acceder así mismo al negocio derivado del turismo en el marco filosófico de los negocios inclusivos, dentro de parámetros de máximo respeto a su identidad cultural, su estructura social y sus costumbres.

### **1.5 Incorporación de la OMT al sistema de Naciones Unidas.**

En el año 2000 los países miembros de Naciones Unidas reunidos en Nueva York en la Cumbre del Milenio acordaron conseguir para el año 2015 ocho objetivos: erradicar la pobreza extrema y el hambre, lograr la enseñanza primaria universal, promover la igualdad de género y la autonomía de la mujer, reducir la mortalidad infantil, mejorar la salud materna, Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades, garantizar el desarrollo sostenible y la protección al medio ambiente y fomentar una asociación mundial para el desarrollo.

Las Naciones Unidas es el Organismo Internacional más importante en cooperación en distintos ámbitos. Está formado por ciento noventa y dos Estados y aunque una de sus funciones más conocidas es su contribución al mantenimiento de la paz, hay muchas otras funciones que este organismo lleva a cabo a través de su estructura de organismos especializados, fondos y programas, entre ellos destaca el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) por ser la fuente mundial más importante de cooperación multilateral técnica y de preinversión.

Hay que destacar el papel de Naciones Unidas como organismo consultivo y ejecutivo en materia turística. El papel de órgano consultivo en turismo ha quedado demostrado a lo largo del tiempo, sirvan de ejemplo los acuerdos tomados en 1993, durante las XXVII Jornadas de la Comisión de Estadística de Naciones Unidas, en las que a propuesta de la OMT, se aprobó la Clasificación Internacional Uniforme de las Actividades Turísticas y se adoptaron Recomendaciones sobre Estadísticas de Turismo que identifican diferentes formas de turismo (interno, emisor, receptor, interior, nacional, internacional, etc.).

En cuanto a su papel como órgano ejecutivo en materia turística lo ejerce a través de La Organización Mundial del Turismo (OMT), organismo internacional vinculado a Naciones Unidas y con competencia para poder ejercer cooperación internacional en el sector turístico; es la principal institución a nivel internacional en el campo del

turismo y en 1976 pasó a ser una agencia ejecutiva del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Desde el año 2003 es considerada una agencia especializada del sistema de Naciones Unidas.

La OMT desempeña un papel importante y decisivo en el desarrollo del turismo responsable y sostenible y está comprometida con los objetivos de Naciones Unidas para el milenio, especialmente con los objetivos de reducir la pobreza y fomentar el desarrollo sostenible. Ejerce sus funciones a través de once programas, dentro de cada programa se encuentran departamentos encargados de llevarlos a cabo en cada área específica.

El Departamento de Ayuda al Desarrollo de la OMT, se dedica a atender las necesidades específicas de los Estados Miembros de esta Organización, a apoyar y asesorar aquellos países que solicitan ayuda para promocionar y desarrollar el sector turístico.

El objetivo de este departamento es sensibilizar a las administraciones nacionales de turismo y a las comunidades locales de los Estados Miembros de la importancia socioeconómica del turismo, y fortalecer sus capacidades mediante la difusión y adopción de prácticas idóneas, de forma que puedan gestionar sus respectivos sectores turísticos sin necesidad de asistencia externa.

Las principales áreas en las que los Estados Miembros reciben ayuda son:

- Desarrollo de recursos humanos para el turismo.
- Desarrollo sostenible del turismo y cuestiones de calidad.
- Estudios de mercado y técnicas de promoción.
- Estadísticas y evaluación económica del turismo.
- Tecnología de la información y comunicación en el turismo.
- Gestión de crisis.

El Departamento de Ayuda al Desarrollo lleva a cabo las acciones de cooperación mediante los siguientes instrumentos:

- Misiones de Apoyo Sectorial.
- Proyectos de Ayuda al Desarrollo.

- Fondo para el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).
- Programa ST-EP (Turismo Sostenible y Eliminación de la Pobreza).

Para contribuir a alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio, la OMT puso en marcha la iniciativa ST-EP, para ofrecer ayuda a sus Estados Miembros menos adelantados o en desarrollo. Esta ayuda incluye actuaciones de sensibilización y capacitación institucional en más de 90 proyectos realizados en África, América Latina y Asia.

La OMT posee áreas de trabajo e instrumentos adecuados para poder contribuir en el sector turístico a la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, especialmente: el desarrollo sostenible y la protección al medio ambiente y erradicación de la pobreza.

Los Estatutos de la OMT no permiten que los proyectos de cooperación técnica se financien con el presupuesto regular de la Organización, por ello es necesario buscar fuentes de financiación externas.

La propia OMT reconoce que no siempre es fácil obtener fondos para proyectos de desarrollo turístico, cuando muchos de esos países en desarrollo y menos adelantados sufren una pobreza extrema o tienen necesidades básicas en materia de salud, educación o infraestructuras básicas. Algunas fuentes de financiación han sido el PNUD, el Servicio Holandés de Cooperación al Desarrollo SNV y gobiernos de diversos países como la República de Corea, Italia, Francia y España.

El conjunto de compromisos adquiridos en cooperación por los países es voluntario, por ello se ha establecido sistemas de seguimiento a través de los distintos foros internacionales como el de París en 2005 o el de Accra en 2008. La magnitud de los agentes comprometidos y la complejidad del sistema de seguimiento que se ha iniciado, supera cualquier otra iniciativa anterior en el campo de las relaciones internacionales. También ha sido muy importante el balance crítico sobre el verdadero efecto de las políticas y los medios empleados: "Hoy se cuestionan viejas prácticas tradicionales y se aboga por la incorporación de nuevos instrumentos que garanticen una mayor eficacia de los recursos empleados" (Ayuso, A., 2007).

El Libro Blanco de la OMT (2010) reconoce que aunque se han realizado evaluaciones de la gestión administrativa y financiera de los proyectos, no se han llevado a cabo investigaciones académicas sustanciales para extraer lecciones de la experiencia

adquirida o, llegado el caso, proponer ajustes respecto a las modalidades de actuación.

En su mensaje con motivo del “Día Internacional del Turismo”, el secretario general de las Naciones Unidas, Ban Ki Moon, pidió la colaboración de los Gobiernos, de las autoridades turísticas y del sector privado para poner de relieve cómo el turismo puede aliviar la pobreza y colaborar en la protección de la biodiversidad. La OMT junto con otras agencias de Naciones Unidas ha hecho un llamamiento conjunto a los Gobiernos y a la población de los países desarrollados para que se doblen esfuerzos en la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).

El incumplimiento de las acciones acordadas para combatir la pobreza y mejorar las condiciones de vida pone en peligro el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), en la cooperación internacional llevada a cabo en el sector turístico tampoco hemos obtenido los resultados necesarios para contribuir al cumplimiento de estos objetivos, por un lado se plantea el problema de la cantidad de la ayuda y por otro un modelo de cooperación cargado de buenas intenciones pero poco eficaz.

#### **1.6 El viaje solidario. Hacia la definición de turismo solidario: turismo sostenible, turismo responsable, turismo justo.**

En el ámbito turístico español, y desde hace relativamente poco tiempo, se vienen utilizando con profusión dos términos que en nuestra opinión necesitan de un importante trabajo de clarificación conceptual: el turismo solidario y el turismo justo. El término “ turismo solidario” suele aludir a viajes en los cuáles el turista se involucra, con mayor o menor profundidad, en determinadas tareas de colaboración o solidaridad con la población visitada.

El hecho de que se denomine “turismo solidario” se relaciona con el hecho de que se produce un viaje, aunque de una forma estricta no se puede considerar a la motivación solidaria sólo una motivación turística. O al menos, no se ha considerado hasta ahora entre las motivaciones clásicas. El viaje de turismo solidario puede o no contener actividades de entretenimiento, ocio o turismo convencionales.

En los programas actuales de lo que se viene dando en el llamado turismo solidario, no siempre queda bien especificado si el componente esencial del viaje es el ejercicio de la solidaridad o la pura actividad turística. Podemos decir que existe una frontera no bien definida entre la actividad del voluntariado y el turismo solidario, a veces marcada únicamente por el hecho de que exista un desplazamiento.

Estas confusiones son lógicas en el momento actual, dado el relativo poco tiempo de vida que tiene el turismo solidario en nuestro entorno y dado también que hasta ahora se ha trabajado muy poco en el marco conceptual de las relaciones entre turismo y solidaridad. En todo caso, han sido las acciones ligadas a la conservación del patrimonio natural y al voluntariado ambiental las que primeramente han formado parte de estos viajes, tanto a destinos exóticos como a destinos cercanos, sobre todo espacios naturales protegidos.

En cuanto a los destinatarios o beneficiarios del turismo solidario, se trata normalmente de poblaciones localizadas en países en vías de desarrollo, en los cuales una determinada ONG realiza algún proyecto de desarrollo comunitario al que se invita a turistas a visitarlo, participando éstos ocasionalmente o de forma reiterada en actividades diversas de voluntariado. Ésta es una versión del turismo solidario que parece la más habitual.

Puede darse el caso de que el turista colabore en las mismas actividades que con su viaje está contribuyendo a financiar.

Ésta es una versión en la cual es relativamente fácil de ejercer la solidaridad por parte del cliente, ya que éste asume que con todos los beneficios generados por el viaje o con parte de ellos se van a financiar acciones de solidaridad, generalmente tangibles.

La tangibilidad de las acciones (construcción de escuelas, construcción de redes de saneamiento, etc.) es importante de cara al turista solidario, porque puede percibir de una forma visible el efecto de su colaboración.

Otra versión del turismo solidario es la que se puede llamar “turistas mensajeros”, como proponía hace unos años la ONG española “Turismo de Paz”, en la que los turistas llevan en su equipaje medicamentos, útiles escolares u otros bienes de forma coordinada o apoyada por la ONG. En esta forma, suelen colaborar también compañías de transporte, compañías aéreas, autoridades aduaneras, etc., que facilitan en colaboración con la ONG el ingreso de las mercancías al país, y los trámites correspondientes. Es habitual que las compañías aéreas cedan espacio gratuitamente para el transporte de mercancías en estas circunstancias.

Otra forma de turismo solidario más “aséptica” y menos integrada, es la mera colaboración económica del turista a proyectos de desarrollo de la zona visitada, aunque el turista no se desplaza personalmente a conocer los proyectos durante su estancia en el país. En este caso podemos hablar de una forma especial de turismo solidario, que consiste únicamente en la aportación de fondos por parte del turista para una determinada acción solidaria, aunque no tenga tiempo o interés en visitarla, o incluso aunque transcurra en otro destino distinto. Más que turismo solidario, se trataría de ejercer solidaridad a través del turismo, lo cuál puede adoptar muchas otras formas.

El turismo solidario en el que el turista colabora directamente en proyectos de voluntariado se podría englobar en un término especial, el turismo de voluntariado o “volunteer vacations”, con gran tradición en el mundo anglosajón. El turismo solidario, aunque con frecuencia se asimila al turismo de voluntariado, o se confunde con él, sería un concepto enormemente más amplio. Este concepto se amplía aún más en el caso del turismo justo, en el cual la clave está desde nuestro punto de vista en el sistema de producción. Es decir, al hablar de turismo justo no hablamos en ningún caso de una modalidad de producto, sino siempre de un sistema de producción y de distribución de los beneficios.

Este sistema deberá garantizar una distribución equitativa de los beneficios del turismo hacia la población local, especialmente, pero también hacia el medio ambiente y hacia el patrimonio cultural. Es decir, que para que el turismo sea justo tendría que ser primeramente de bajo impacto sobre los recursos patrimoniales naturales y culturales, y por supuesto sostenible.

Si ya es difícil valorar si un determinado producto es o no sostenible, imaginemos la gran dificultad de evaluar si un producto es o no de turismo justo. Así mismo, parece razonable pensar, si de reparto equitativo se trata, que el turismo para ser justo debe de ser también primeramente un turismo desarrollado de modo endógeno o con base local, según la terminología que utilicemos. Esta condición de desarrollo endógeno deja fuera de momento a una gran cantidad de iniciativas turísticas de las compañías internacionales: tour operadores, grandes cadenas hoteleras, promotores de turismo residencial,... entre otros.

En este contexto, el ecoturismo o el turismo comunitario, por ejemplo, serían originaria y necesariamente productos o modalidades de turismo justo, si se desarrollan respetando plenamente la filosofía contenida en sus definiciones. Lo mismo podríamos decir del turismo sostenible ¿o puede haber un turismo sostenible que sea injusto con los ecosistemas, o con las comunidades locales, o con la identidad cultural?. En principio, no parece que sea posible. Es decir, que de momento sostenibilidad y turismo justo parecen indisolublemente unidos.

Lo que sí es evidente es que es necesario establecer claramente todos estos conceptos ya que existe cierta anarquía conceptual y productiva que nos preocupa no solamente por la pureza científica o académica, sino porque dicha anarquía dificulta en la práctica la comunicación, promoción y comercialización de los productos de turismo justo, solidario, comunitario, etc. La puesta en el mercado de una forma eficaz es una de las principales dificultades y preocupaciones de las entidades promotoras de turismo justo.

El público en general, y la demanda turística, no tiene hoy por hoy elementos suficientes de juicio para diferenciar el grano de la paja en este tipo de productos, y

tiene que confiar únicamente en lo que le proponen como turismo solidario las variopintas ONG'S y alguna agencia de viajes que trabajan en este campo.

De cara a la demanda final de turismo justo, solidario y afines, no cabe duda que lo más importante en el momento actual es establecer un código o sistema que permita a los consumidores o turistas diferenciar de qué productos se trata en cada caso, sus objetivos, sus condiciones, su distribución de beneficios, la formación o conocimientos previos que necesita el turista, etc.

De momento es este término de turismo solidario el que más se ha extendido desde las ONG'S hacia el público viajero que trata de extender su motivación solidaria hacia sus vacaciones y su tiempo de ocio. De hecho, el turismo solidario se enmarcaría en un campo mucho más amplio que sería el del "ocio solidario". En este contexto, el turismo solidario aprovecharía como motivación la creciente sensibilidad de las sociedades desarrolladas por las malas condiciones de vida de los países en desarrollo. El turismo justo se podría interpretar también como una forma de respuesta de algunos agentes de la industria turística hacia esta sensibilidad.

La globalización de las telecomunicaciones es la que más ha permitido esta extensión mundial de la sensibilidad hacia las comunidades más desfavorecidas, al alcanzar cualquier noticia de pobreza o de catástrofe humanitaria todos los puntos del globo en cuestión de segundos. Lógicamente, la industria turística tenía que dar algún tipo de respuesta a esta sensibilidad, y ello ocurre desde la gran industria turística, pero sobre todo desde las pequeñas iniciativas locales.

Ésta atomización es justamente responsable en parte de la escasa eficacia comercial de muchas de las iniciativas locales de turismo justo, solidario, comunitario, indígena, etc.

Esta tendencia es en España relativamente reciente, ya que sólo hace un par de décadas que los españoles han podido empezar a viajar con asiduidad al extranjero y

sólo hace un poco más de una década que estos viajes se han extendido a países lejanos y exóticos. Antes de estos últimos veinte años, ni había las condiciones económicas, ni de sensibilidad social, ni de transporte, ni de mercado turístico, que permitiesen la existencia de un mercado del turismo solidario.

Así, los primeros productos que aparecen en España relacionados con destinos inéditos y lejanos a mediados de los ochenta son productos extremadamente caros para el perfil medio de la demanda turística, y muy ligados al turismo de aventura y de entretenimiento. En ese momento el fenómeno solidario ligado al turismo todavía no existía en España.

Han tenido que pasar unos cuantos años y el mencionado cambio de condiciones sociales, del transporte y del mercado turístico para que se empiece a dar una tendencia al turismo solidario en nuestra sociedad. Este cambio se ha dado muchos años antes en los países europeos que son tradicionalmente grandes emisores turísticos, como Alemania y Reino Unido, principalmente.

Nos parece en todo caso una tendencia turística extremadamente interesante y que, aparte de su utilidad práctica sobre el terreno de cara a las poblaciones locales, sirve como termómetro de la sensibilidad social hacia el desarrollo desde los países emisores. No es casual que sean también estos países que son grandes emisores turísticos los primeros que empezaron también a mostrar sensibilidad ambiental desde la industria turística hacia los destinos visitados. La sensibilidad a gran escala por las comunidades locales llegaría un poco más tarde.

El turismo justo, por su parte, viene a dar una vuelta de tuerca sobre la nueva solidaridad turística y a plantearse la equidad del sistema de producción turística mundial en general. Se trata en todo caso de un conjunto de iniciativas con implicaciones muy complejas, ya que más allá del sistema de producción turística influye y puede influir profundamente en las relaciones económicas y sociales en las comunidades locales de los destinos.

De alguna manera, se supone que el turismo justo también pretende aportar un poco de equidad económica en las sociedades locales más desfavorecidas, y se enmarcaría en la tendencia global de la lucha contra la pobreza. También es cierto que estas iniciativas que alteran la situación económica de las comunidades locales deben de ser implantadas muy poco a poco y cuidadosamente para no generar tensiones en el sistema social y en las frágiles economías locales.

De momento, las iniciativas que hemos alcanzado a conocer y que se autodenominan como de turismo justo son iniciativas en la línea tradicional del turismo como forma de cooperación al desarrollo. Hay que tener en cuenta también que el turismo no tiene demasiada tradición como forma de cooperación al desarrollo, y sólo muy recientemente se va consolidando como una herramienta de desarrollo que es objeto efectivo de atención y financiación por parte de los organismos de cooperación.

La mayor parte de las iniciativas son llevadas a cabo por ONG'S sin experiencia ni capacidad técnica en turismo, y con grandes deficiencias en conocimiento de los mercados emisores, promoción y comercialización. Los organismos de cooperación, por su parte, tampoco suelen contar con expertos en turismo. Ambas circunstancias son las causas fundamentales del habitual fracaso comercial de estas iniciativas, lo que en todo caso es una de las preocupaciones que debe tener el turismo justo.

Los organismos de cooperación normalmente se ocupan de los aspectos comerciales de los proyectos y de los resultados comerciales finales de las iniciativas de turismo con base local que ayudan a poner en marcha. Estas iniciativas suelen responder a parámetros comunes: tienen lugar en zonas desfavorecidas de países en vías de desarrollo; o en zonas turísticas de estos países, pero involucrando a la población que habitualmente no se ve beneficiada directamente (o de ninguna forma) por el desarrollo turístico; o que incluso se ve perjudicada por él (por ejemplo, perdiendo el control de sus tierras, o el acceso a determinado recursos patrimoniales).

También es cierto que las iniciativas exitosas de turismo local, comunitario, ecoturismo, etc., en destinos atractivos, pueden generar un proceso imitativo que atraiga inversiones de empresas externas más potentes que al tener el equilibrio de la estructura económica y laboral del turismo con base local; por ejemplo, pagando más caros los terrenos, o pagando mejor a la mano de obra, o con mejores accesos a la comercialización.

En las comunidades locales, su aislamiento, su pequeño tamaño, su escasez de capital y la atomización y dispersión en el territorio de las iniciativas, entre otros factores, las hace muy vulnerables y frágiles frente a las iniciativas turísticas de empresas externas a la comunidad local; que cuentan no sólo con mayor capital sino también con mayores conocimientos del mercado, sobre todo de los mercados extranjeros.

Estas circunstancias hacen que las iniciativas de turismo justo deban valorar muy ajustadamente su escenario y sus posibilidades comerciales, a riesgo de convertirse en iniciativas meramente simbólicas, incluso folklóricas, con un efecto casi nulo sobre la economía local. Las muestras de este tipo de situaciones son abundantes en América Latina.

La mayor parte de estas iniciativas tiene lugar en América Latina, y en mucha menor proporción en países del Magreb. También se trata en la mayor parte de los casos de comunidades muy pequeñas, situadas en zonas naturales o culturales valiosas, y con problemas sociales y económicos de todo tipo: falta de formación y capacitación, pobreza, deterioro medioambiental, de estructuración familiar, de estructuración social, pérdida de la identidad cultural, falta de capacidad emprendedora, falta de acceso a servicios básicos, transportes y viabilidad deficientes, falta de emprendedores en la comunidad, etc.

Cualquier análisis DAFO previo a la puesta en marcha de cualquiera de estos proyectos presenta problemáticas muy similares con independencia del país en que

nos encontremos. Las iniciativas, algunas de las cuales ahora se denominan de turismo justo, suelen responder a las denominaciones o catalogaciones habituales de turismo comunitario, ecoturismo, etno-ecoturismo, turismo con base local, turismo rural comunitario, etc. Todas ellas encajan filosóficamente, por lo general, en la definición “macro” de turismo sostenible anticipada por la OMT y otros organismos internacionales ligados al turismo, el desarrollo o la cooperación.

Podríamos decir pues que lo que pretende la tendencia del turismo justo es crear unos productos especiales, éticos en su concepto y equitativos en la distinción de la riqueza que generan. De una forma más amplia, también puede entenderse que la filosofía del turismo justo pretende (o debería pretender) extender el concepto de justicia a todo el turismo, como una utopía que sirve de referencia para seguir trabajando.

Una utopía de este tipo es comparable y muy similar a la utopía de que todo el turismo sea sostenible: parece materialmente imposible, pero hay que tender a ello y trabajar como si fuera posible.

La tendencia al turismo justo también puede formar parte de la tan cacareada lucha contra la pobreza y los Objetivos del Milenio de la ONU.

De lo que no cabe duda es de que el turismo no ha demostrado suficientemente hasta la fecha su capacidad para generar desarrollo sostenible en los países en vías de desarrollo, a pesar de haber recibido grandes sumas. Las iniciativas aisladas de cooperación al desarrollo en materia turística se multiplican por doquier como gotas en el mar sin que su efecto se aprecie visiblemente en el conjunto de las sociedades en vías de desarrollo, ni se reduzcan sus problemas fundamentales.

No cabe duda tampoco de que una de las primeras cosas que necesitan las iniciativas de turismo justo es coordinarse entre ellas y con el resto de las iniciativas que utilizan el turismo como una herramienta de desarrollo sostenible.

También se aprecian algunas iniciativas de turismo que se puede denominar “justo”, como fruto de la responsabilidad social corporativa de las empresas turísticas convencionales. En este sentido, el turismo justo recupera algunos elementos de la relación de responsabilidad con el medioambiente que las empresas turísticas convencionales comienzan a asumir en los tempranos años noventa, y que ahora se consideran una parte sustancial del compromiso de las empresas con la sociedad y con el patrimonio.

Del mismo modo que ahora no se concibe (al menos en apariencia) la ausencia de compromiso ambiental con el destino en una empresa turística seria, tal vez en un futuro no muy lejano no se conciba tampoco la ausencia de compromiso social. Se supone que ésta es una de las voluntades del turismo justo, extender el compromiso de las empresas turísticas hacia el bienestar global de las sociedades receptoras.

Como resumen inicial, la diferencia fundamental entre el turismo solidario y el turismo justo estaría pues en que el turismo solidario viene definido por la motivación o sensibilidad del turista, mientras que el turismo justo viene definido por el sistema de producción turística y por la forma de repartir los beneficios de la actividad turística.

Evidentemente, los productores de turismo solidario deberán en todo caso de estar también enmarcados dentro del turismo justo, como deberán estarlo dentro del turismo sostenible. No serían presentables productos de turismo solidario que no cumplieren con los parámetros de equidad distributiva y de sostenibilidad.

Hoy por hoy, al no haber mecanismos de control ni sistemas de calidad aplicables al turismo solidario, es imposible que éste se pueda garantizar al turista de una forma efectiva. Lo mismo ocurre con el aún incipiente mercado de los productos de turismo justo. Tendrá que pasar algún tiempo para que se vayan centrando los términos y los conceptos, algo a lo que pretende colaborar este trabajo. Creemos que la importancia potencial del fenómeno del turismo justo como generador de cierta equidad social en los destinos en vías de desarrollo bien merece la pena el esfuerzo.

¿Qué es el turismo responsable? ¿Qué sitio hay para él en el mercado turístico actual? De algún modo, cualquier producto turístico que se adapte rigurosamente a cualquiera de las definiciones de turismo sostenible o de ecoturismo generalmente aceptadas puede ser un producto de turismo responsable; es decir, que el concepto de turismo responsable ya está inventado hace tiempo, y ha ido adoptando en las últimas décadas términos diversos, como el más reciente de turismo justo, o siendo mezclado con otros conceptos afines, como el turismo solidario.

De lo que se trata en el momento actual es de extender el concepto de turismo responsable a todas las modalidades del turismo, a causa de una cada vez mayor sensibilidad de los viajeros sobre cómo influye el turismo en los destinos que visitan y en las gentes que los habitan.

De momento es un fenómeno ligado a proyectos de turismo con comunidades locales de determinadas ONG's, que utilizan el turismo como herramienta de desarrollo, y de algunas agencias de viajes muy concienciadas con su impacto en los destinos.

En el turismo responsable se trata sobre todo de primar la mano de obra local y sus productos, de generar el mayor valor añadido posible en la comunidad local productora y de no comprometer sus recursos patrimoniales, naturales o culturales, para el futuro. Se trata así mismo de generar un turismo difuso en el territorio, que beneficie a la mayor cantidad de habitantes posible, y que se integre de forma armónica en el paisaje, en la vida de la gente, y por supuesto en su economía. Por su propia naturaleza, el turismo responsable no puede entregarse a la masificación de la oferta ni al monocultivo turístico, que haría a las comunidades locales dependientes únicamente de los caprichos del mercado.

Desde un punto de vista global, el turismo responsable sólo se entiende en el marco del desarrollo sostenible, e implica una colaboración activa por parte del operador y del turista. Por su misma definición, el turismo responsable es también solidario “per se”, ya que predetermina un reparto equitativo de los beneficios. Se trata de un turismo que colabora a la consecución de los Objetivos del Milenio para la reducción de la pobreza, y que a su vez se compromete con una serie de condiciones inevitables a su filosofía, como pueden ser: la lucha contra la explotación sexual comercial en el turismo, sobre todo infantil; salarios dignos; integración de mujeres y jóvenes al negocio turístico; integración de colectivos discapacitados de cualquier tipología; la reducción y compensación de las emisiones de CO2 generadas por el turismo en el marco de la lucha contra el cambio climático; y otra serie de convenios ligados a esta misma filosofía de responsabilidad.

Podemos decir a grandes rasgos que el turismo responsable se apropia también de los conceptos del comercio justo y los aplica al turismo. Es el concepto de “fair trade in tourism” que ha aparecido recientemente en el mercado. El turismo responsable trata para conseguir este mayor beneficio para la comunidad local eliminando intermediarios o haciéndolos suyos.

La clave del concepto de turismo responsable está en varias palabras: respeto, equilibrio y distribución. Respeto a los valores naturales y culturales de la comunidad local, equilibrio entre los impactos que se generan y los beneficios que se obtienen, y distribución equitativa de los beneficios entre las empresas organizadoras e intermediarias, los gestores de los recursos y la comunidad local. Hemos estado en los últimos años en diversos congresos de turismo justo, responsable, solidario, sostenible, ecoturismo, y hemos podido constatar que no hacían falta muchos más términos ni muchas más definiciones; lo único que hace falta es aplicar sin eufemismos y sin prostituirlos, los que ya existen.

Los que hacemos cooperación en turismo en los países en vías de desarrollo sabemos que esta justicia en el reparto de la riqueza generada por el turismo no es muy habitual, aunque cada vez hay más iniciativas desde el seno de la propia industria

turística, a veces en el marco de la RSC-Responsabilidad Social Corporativa, que tratan de beneficiar por su cuenta a las comunidades locales cercanas. El modelo de resort o de hotel-resort tan frecuente en el Caribe tiende a aislar a los visitantes de la comunidad local, distribuyendo muy poco gasto en ella. Lo mismo ocurre, por ejemplo, en las Islas Galápagos con los grandes cruceros, que no pueden ser a priori calificados como ecoturísticos ni responsables porque apenas revierten económicamente en la comunidad local y apenas la visitan.

Posiblemente toda esta colección de términos está generando en la demanda una gran confusión de términos y productos; y también en el sector de operadores e intermediarios turísticos, que no sabe en absoluto de qué estamos hablando el sector académico, consultor y de la investigación sobre turismo; que, aunque poco, de este tema algo sabemos.

Además, por ejemplo, cuando una empresa decide por intereses éticos y/o de marketing aplicar su responsabilidad social corporativa en el ámbito turístico, por medio de estrategias de turismo responsable, tiene muchas preguntas sobre cómo hacerlo, cuya respuesta no le es fácil de encontrar.

En este momento, una de las grandes problemáticas de las iniciativas de turismo responsable es su comercialización; con la progresiva madurez del mercado español se acerca el momento de hacer viables, como existen en otros países de Europa, estructuras de agencias de viajes dedicadas al turismo responsable y afines; que sean viables al margen de subvenciones, para no seguir metiendo a las comunidades locales receptoras de los beneficios de este tema en una vía de paternalismo, tutela y neocolonialismo que ya está demostrado que no da frutos eficaces desde el punto de vista de su eficiencia económica a largo plazo; ya que, hasta la fecha, la mayoría de los proyectos turísticos ligados a la cooperación al desarrollo funcionan muy mal en el mercado, si es que llegan alguna vez a él.

El turismo responsable puede funcionar como marco global, y dentro de él podemos englobar modelos de producto , o una gama de productos si nos gusta esta terminología, como:

- turismo comunitario , a cargo de las comunidades locales ,
- teniendo claro que puede haber turismo responsable y solidario aunque no lo lleven a cabo directamente las comunidades locales ( o porque no están preparadas o simplemente porque no las hay )
- ecoturismo
- ecoturismo comunitario
- turismo rural, agroturismo , ecoagroturismo
- turismo rural comunitario
- turismo solidario ( que incluye participación activa y consciente del turista en las acciones de solidaridad y relaciones organizadas con la comunidad local )
- turismo con comunidades indígenas y pueblos originarios
- turismo étnico o etnoturismo

En cuanto al comercio justo, éste es sólo una consecuencia , a veces ; y una acción complementaria inevitable , casi siempre , de la aplicación de estas definiciones en el comercio ligado al turismo responsable o en las zonas en las que el turismo responsable funciona . Resulta difícil imaginar un proyecto de desarrollo de ecoturismo , o de turismo justo , o del que sea de estos modelos , que luego compra los productos locales a precios irrisorios y presionando en plan salvaje al agricultor local al que por

otra parte decimos que queremos ayudar con los proyectos turísticos ( lo que no quiere decir que ésto no ocurra todos los días ) .

En el otro turismo , en el masivo , impactante , insostenible , etc. , lo que se puede proponer es acciones puntuales progresivamente más amplias de incorporación de elementos o indicadores , de sostenibilidad , justicia , respeto ambiental , respeto cultural , integración de la comunidad local en la mano de obra , incorporación de compra de sus productos , etc. . Es decir, ir haciéndolo poco a poco un poco más responsable. Pero ésa es otra historia.

## **2. Gestión del uso público y del turismo en los espacios naturales protegidos.**

### **2.1 Presentación.**

La gestión del uso público en los espacios naturales protegidos es uno de los temas que más tiempo y recursos ocupan. Dentro del gran cesto que supone el término “uso público”, la gestión de los flujos turísticos es una de las mayores preocupaciones de los responsables de estos espacios. El incremento de las visitas en los últimos ha sido espectacular, llegando a alcanzar, según datos de Europarc, los más de 26 millones de visitantes al año.

La ordenación de este flujo requiere de fórmulas de gestión novedosas, de la implicación de nuevos profesionales y de la mejora de las actuales infraestructuras de acogida.

En este documento presentamos tres propuestas de discusión. En la primera de ellas presentamos un novedoso instrumento de gestión basado en la participación pública: los Planes de Comunicación, Educación y Participación. Posteriormente abordaremos la problemática de las principales infraestructuras de acogida en los espacios naturales: de los centros de interpretación. Por último, abundaremos en la necesidad de formación específica en los responsables de uso público de los espacios.

## **2.2 Los Planes de Comunicación, Educación y Participación como herramientas de gestión del uso público.**

La percepción tradicional de los gestores de nuestros EE. NN. PP. es la de que la gestión de las especies o (en el mejor de los casos) la gestión de los ecosistemas, es, casi en exclusiva, la única vía para preservar nuestra diversidad biológica. Si algo falla, será por la siempre presente escasez de recursos financieros y humanos, falta de estudios, etc. Sin embargo, la realidad del lince ibérico demuestra que numerosos recursos e investigaciones no resultan suficientes para garantizar el éxito. La pérdida de biodiversidad tiene, en la práctica totalidad de los casos, un origen antrópico, proviene de un conflicto humano por el uso del territorio y sus recursos y por tanto debería de conllevar **también** el uso de las ciencias sociales para trabajar con las sociedades que interactúan con los ENP y causan esos problemas.

Sin embargo, hasta ahora, los instrumentos sociales aplicados a la conservación, entendidos como “CEPA” (Comunicación, Educación y Participación Pública), han funcionado de manera independiente cuando no aislada de la gestión de los espacios naturales protegidos. En el mejor de los casos su conexión venía dada por los planes de uso público, en donde se limitaban a explicar a los visitantes los valores del ENP que visitaban, pero en muy pocos casos se utilizaban para explicar las labores de conservación incluidas las restricciones de uso que suelen conllevar, o lo que los destinatarios podrían hacer de manera positiva por la conservación en su vida cotidiana. Su utilidad final se vería reducida entonces a un papel decorativo (a veces carísimo) o de oportunidad política (gran visibilidad, inauguraciones vistosas, etc.). Existen muy pocas acciones orientadas a los agentes sociales que interactúan con el ENP. y que son los que causan el mayor impacto sobre el mismo, es decir: existe muy poco uso público orientado como herramienta para solventar los problemas que “el público – población” causa.

En este contexto, es especialmente urgente desarrollar planes orientados a trabajar con los agentes que inciden de manera más intensa en los espacios naturales: los propios habitantes de los espacios naturales y los agentes sociales implicados:

ganaderos, agricultores, cazadores, sector minero o forestal, políticos locales o regionales, hosteleros, sector turístico, etc. Estas iniciativas educativas deben de ser (en una buena parte) específicas para cada sector y diseñadas y desarrolladas de manera participativa, para asegurarse la imprescindible implicación de los destinatarios y mejorar el proceso de aprendizaje. Amén de conseguir canales de información y comunicación bi-direccional y tejer redes sociales.

La propuesta de un Plan de Comunicación, Educación y Participación (a partir de ahora CEPA) debería de suponer también, un proceso de aprendizaje colectivo y participativo multidireccional: planificadores, gestores del espacio, educadores, agentes sociales y población del espacio en general desarrollarían habilidades, actitudes y aptitudes al tiempo que comparten conocimientos e inquietudes sobre su percepción del ENP.

Mención aparte merece el trabajo con el público general: los visitantes que acuden a conocer nuestros EE. NN. PP. Una interpretación ambiental basada casi en exclusiva en aparatosos centros de visitantes, con exposiciones de diseño y contenidos a menudo surrealistas, ajenas completamente a los conocimientos actuales en interpretación, faltas de efectividad y situadas en un contexto de absoluta carencia de planificación interpretativa, pese a lo cual los autores de los errores son premiados una y otra vez con nuevos contratos o fallos favorables de los concursos públicos, convierte en apremiante un cambio en la dirección de la oferta. Es preciso investigar y modificar las circunstancias que favorecen tantas malas prácticas, que serían inadmisibles en otras áreas profesionales. Para ello es necesaria una cierta formación en interpretación y en comunicación ambiental de los gestores o de los miembros **con capacidad de decisión** de su equipo. Los requisitos de los pliegos de condiciones de los concursos, deben también de considerar la eficacia y la solvencia técnica como una condición “sine qua non”, como se presupone en cualquier otra actividad humana considerada “importante”. En tiempos de crisis y vacas flacas es cuando más falta hace una buena planificación de los recursos disponibles. También en época de crisis los indicadores demuestran que el medio ambiente desciende en la escala de intereses de los ciudadanos. Sin embargo los valores universales (el bienestar futuro de los hijos, por ejemplo) sigue en la mente de nuestros destinatarios y hasta puede aumentar. Entender cómo funcionan estos mecanismos y aplicarlos a la gestión del

uso público, puede ser una oportunidad en tiempos difíciles. Para ello hay que conocerlos y sobre todo entender la CEPA como parte integral de la gestión y no como un carísimo apéndice decorativo.

### **2.3 Centros de interpretación, luces y sombras.**

Desde un primer momento, el deseo de conservación materializado en la declaración de áreas protegidas se ha tenido que compatibilizar con la demanda recreativa de esos espacios. Muy pronto en este proceso se revelaron los instrumentos de comunicación, educación y participación pública (denominados en la actualidad CEPA por la UICN) como una herramienta muy útil para evitar los daños que una elevada presión de visitantes pudiera ocasionar. Así, junto a la creación de estructuras de gestión para la acogida de visitantes (carreteras, ferrocarril, alojamiento), ya en los años '20 se desarrollaron en EE.UU. los primeros programas interpretativos que incluían rutas guiadas, charlas, pequeños museos y publicaciones.

Sin embargo, fue tras la Segunda Guerra Mundial cuando se produjo un gran aumento del turismo a los distintos parques, de modo que las infraestructuras y programas creados con anterioridad se vieron completamente superados y fueron incapaces de satisfacer la demanda. Ante esta situación, el Servicio de Parques Nacionales de EEUU puso en marcha un gran programa a diez años vista, dotado con mil millones de dólares para rehabilitar los equipamientos, aumento de los recursos humanos y mejora de las estructuras de gestión de los mismos. Un producto de este programa fue el **Centro de Visitantes** (CV), un equipamiento concebido como una instalación multiusos con exhibiciones interpretativas, programas audiovisuales y otros servicios públicos.

¿Y en España?

La idea de protección de grandes extensiones de terreno natural en la forma de *parques*, bajo el modelo americano, fue rápidamente adoptada, y en 1918 ya se habían declarado los dos primeros Parques Nacionales españoles. Aunque tras las primeras declaraciones los parques se convirtieron en lugares de visita populares entre naturalistas y aventureros, no es hasta las últimas décadas del s.XX cuando se observa una afluencia masiva de visitantes a estos espacios y, por tanto, cuando las

diferentes administraciones comienzan a realizar inversiones millonarias en atención a visitantes desarrollando y ofertando una amplia red de equipamientos, actividades y servicios de uso público que facilitan el conocimiento y disfrute del espacio por parte de estos turistas. Entre ellos, los centros de Visitantes o centros de interpretación.

El primer CV en España se crea en el Parque Nacional del Teide, en 1978. Desde entonces, el número de estos equipamientos ha aumentado espectacularmente, con un gran incremento en la primera mitad de los años noventa. Así, en actualidad encontramos cerca de 200 CV ligados directamente a ENP. Un estudio realizado en 2005 (Muñoz, 2007), mediante encuesta a expertos en interpretación en España llegó a las siguientes conclusiones sobre estos equipamientos en España:

- Muchos de los centros fueron construidos y dotados mediante fondos de cohesión de la Unión Europea.
- La existencia de los centros, de acuerdo a los expertos sigue estando justificada.
- Los expertos coinciden en que un gran número de los centros no tiene suficientemente estudiados sus contenidos y diseños, incluso llegando a ser unos copias de otros.
- A pesar de las grandes inversiones realizadas, mucho mayores en construcción que en mantenimiento, los datos nos muestran tasas de visita muy bajas, con una media del 10-12% de los visitantes a los ENP.
- De acuerdo con los expertos, la falta de conocimiento de qué es un centro de interpretación, y su planteamiento global erróneo debido a falta de planificación, son las principales causas para los bajos niveles de utilización. Su denominación, localización y señalización han de ser más claras para los visitantes.
- Si atendemos a los recursos presentes, las tradicionales exhibiciones y audiovisuales, de acuerdo con los expertos, siguen siendo recursos importantes, pero se necesita un cambio de orientación en la forma en la que son elaborados, pues siguen siendo aburridos, faltos de calor, cargantes y propagandísticos (entre otros).

Tendencias.

Hemos hablado de lo que pasa en casa, pero si volvemos la vista a los orígenes, a países que, como EE.UU., fueron pioneros en la creación de estos espacios, vemos cómo muchas de las críticas que actualmente encontramos en España ya se hicieron con mucha anterioridad allí.

En una conferencia en 1959, Ronald Lee (Director de la Sección de Educación e Investigación del *National Park Service*) estableció que “Con el énfasis que se ha puesto en la construcción en los últimos años, he observado relajación en los estándares de servicio personal y cierta disposición para sacrificar la calidad por la cantidad”. Esta fiebre por los centros de visitantes duró según Mackintosh (Historiador del *National Park Service*) hasta los años 80, construyéndose “verdaderas monstruosidades”. A partir de esa década se produce un giro en la concepción de los centros de visitantes. Tras realizar una evaluación de su efectividad, están reconsiderando el modelo seguido, adoptando nuevos planteamientos más modestos, dinámicos, y dónde se da gran importancia a la satisfacción de necesidades básicas, información e interpretación personalizada. Así mismo, se está apostando por el uso de las nuevas tecnologías, no tanto en las exposiciones, sino en las formas de comunicación previa y durante la estancia del visitante (web del parque y del centro de visitantes, folletos que se pueden descargar, documentación digital, GPS, etc.). Sin embargo, parece que en España corremos el riesgo de evolucionar al gran precipicio de las “monstruosidades ineficaces”. Es necesario parar el tren y pasarnos a reflexionar e iniciar un proceso de revisión y evaluación en cada caso ¿Realmente necesitamos un centro de visitantes? - ¿Para qué lo necesitamos? - ¿Cómo lo necesitamos? - ¿Los que tenemos son eficaces?

## 2.4 Profesionales en gestión del uso público. ¿Existen?.

La Red de Espacios Naturales de Andalucía cuenta en la actualidad con más de 900 equipamientos de uso público, entre los que destacan 68 equipamientos de recepción e información, 186 áreas recreativas, 148 miradores y 374 senderos señalizados.

La Consejería de Medio Ambiente gestiona esta red de equipamientos a través distintas fórmulas:

- **DIRECTA:** la propia Consejería mantiene y conserva las instalaciones con medios propios. Son fundamentalmente equipamientos que no requieren gestión activa, es decir, sólo necesitan mantenimiento y conservación, tales como senderos, miradores, observatorios...
- **CONCESIONES ADMINISTRATIVAS:** esta fórmula es aplicada particularmente a establecimientos de carácter alojativo: campamentos de turismo, hoteles de montaña, etc..
- **CONVENIOS:** la Consejería de Medio Ambiente acuerda mediante convenio la gestión de los equipamientos con otras instituciones como ayuntamientos, diputaciones o mancomunidades de municipios.
- **POR EMPRESA PÚBLICA EGMASA:** a través de una Orden de Encargo a la empresa pública se transfiere la gestión de las instalaciones más estratégicas, tales como centros de visitantes, puntos de información y ecomuseos. A su vez, Egmasa tiene diversas fórmulas de gestión con empresarios colaboradores:
  - Tipo A: la gestión es plenamente soportada por el empresario.
  - Tipo B: el empresario recibe un pago por la prestación de determinados servicios básicos
  - Mixto: es una gestión de acompañamiento transitoria y negociada que tiene como última finalidad llegar a una gestión de tipo A.
  - Gestión con medios propios: es una fórmula de gestión temporal, mientras se determina la viabilidad del equipamiento y que sirve para garantizar los servicios al ciudadano.

Sólo los equipamientos pertenecientes al grupo de gestión del tipo A, pueden ser tratados desde la dimensión empresarial, ya que son, potencialmente hablando, los que ofrecen las mejores probabilidades de rentabilidad, por consiguiente, son los más atractivos para futuros empresarios colaboradores. Sin embargo, el modelo de gestión tipo B, no estaría dentro de los considerados “parámetros empresariales”, ya que su sostenibilidad es responsabilidad de la empresa pública. Este modelo está dirigido a fomentar el autoempleo entre los emprendedores locales con medidas de asesoramiento y formación públicas.

Pero además de las fórmulas de gestión, los perfiles de los empresarios colaboradores influyen mucho en los resultados obtenidos. Los sectores de los que provienen o en los que se consideran incluidos son de mayor a menor importancia: el turístico, la educación ambiental, la hostelería y restauración y la gestión cultural. La mayor parte de los actuales empresarios colaboradores gestionan una instalación hace más de 5 años y más del 50% se considera satisfecho en su actividad profesional y empresarial.

Si analizamos conjuntamente los medios de gestión y el perfil de los empresarios colaboradores podríamos determinar que el profesional de uso público aún no existe como tal. Entre los años 2000-2008, los empresarios colaboradores se repartían entre los profesionales de la hostelería y la restauración y el autoempleo en las zonas más rurales. En los últimos años, sin embargo, el sector de la educación ambiental y el turismo de naturaleza se está diversificando y, cada vez más, consideran el uso público como una posibilidad de negocio sinérgica con el resto de sus actividades. Esta tendencia está modificando el perfil de los empresarios colaboradores y está abriendo una nueva vía de trabajo más integrada en el medio, sin ceñirse exclusivamente a las instalaciones físicas que gestionan.

Como vemos, el avance y desarrollo del uso público en los últimos años, que se ha venido generando de forma muy rápida, se ha basado más en un conocimiento y experiencia acumulados por parte de los gestores e involucrados en general que en una profesionalización claramente definida, con materias particulares identificadas y opciones de formación asociadas disponibles. La falta de cursos, actividades

formativas y bibliografía específica sobre materias concretas de uso público es un buen indicador de esta situación.

Sin embargo, la profesionalización podría contribuir a mejorar una gestión que es bastante compleja, a “desatascar” situaciones y criterios anquilosados y que se mantienen por inercia (por ejemplo, la evolución del concepto de centro de visitantes, la asimilación exclusiva del uso público con lo educativo, la respuesta aún tímida a la creación de actividad en el territorio...) , a dar respuesta válida a las relaciones con otras disciplinas complementarias con las que no existe una relación decidida con nitidez (turismo, educación ambiental...), etc, etc.

Según estos planteamientos, la profesionalización del uso público podría plantearse en varias líneas:

- La profesionalización para la investigación aplicada de carácter social
- La profesionalización de los agentes del territorio protagonistas del uso público y materias afines
- La profesionalización sobre la dinamización local de carácter social alrededor del uso público
- La profesionalización que atiende a los asuntos conceptuales del uso público

Según lo expuesto, podríamos abrir la siguiente cuestión para el debate: ¿Cuáles deben ser las líneas de profesionalización para el uso público para que su evolución sea capaz de incidir en y contribuir a la solución de los problemas sociales y ambientales del medio rural?

## **BIBLIOGRAFÍA**

NOTA: Incluimos también la bibliografía del Grupo de Trabajo utilizada para la edición de CONAMA9, con el fin de que las personas que accedan al documento cuenten con una amplia base bibliográfica.

MUÑOZ, M. Análisis del estado y evolución de los centros de visitantes en los espacios protegidos del Estado español. (2007). *En Investigaciones en Educación Ambiental*. 20 pp. Naturaleza y Parques Nacionales. Serie Educación Ambiental. Organismo Autónomo de Parques Nacionales-MMA.

DE JUAN, J.M. et al. Manual de turismo sostenible Araucaria XXI. Ed. AECID. Madrid, 2006.

Normativa de la marca Parque Natural de Andalucía (PNA). Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía.

*“Carta del Turismo Sostenible”* Lanzarote (Islas Canarias): Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, 1995. Disponible en: [www.turismo-sostenible.org/docs/Carta-del-Turismo-Sostenible.pdf](http://www.turismo-sostenible.org/docs/Carta-del-Turismo-Sostenible.pdf)

*“Haciendo un turismo más sostenible: Una guía para los formuladores de políticas”*. Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) – Organización Mundial del Turismo (OMT), 2005.

*“Seminario avanzado sobre: buenas prácticas en proyectos de turismo sostenible en el norte de África”*. Programa Azahar. Valsaín (Segovia), del 7 al 12 de Mayo de 2007.

MUÑOZ FLORES, Juan Carlos. *“TURISMO Y SOSTENIBILIDAD EN ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS: La Carta europea del Turismo sostenible en la zona volcánica de la Garrotas y el Plan de Desarrollo Sostenible en Cabo de Gata-Níjar”*. (Tesis doctoral). Girona: Universitat de Girona, 2006.

*“Agenda para planificadores locales: Turismo Sostenible y gestión municipal. OMT (World Tourism Organisation).*

*“Desarrollo sostenible del Ecoturismo. Una compilación de buenas prácticas en las pyme”. OMT (World Tourism Organisation).*

*“Manual de buenas prácticas para el turismo sostenible: Guía metodológica para el desarrollo de turismo sostenible en el Perú”. Lima: Instituto Machu Picchu, 2006.*

MALDONADO, Carlos. *“Turismo y comunidades indígenas: impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta”*. [s.l.]: Oficina Internacional del Trabajo, Programa de Desarrollo de Pequeñas Empresas. Departamento de creación de empleos y desarrollo de la empresa, 2006.

*“Turismo sostenible y desarrollo local”*. Programa Delnet-Centro Internacional de Formación de la OIT. En @local.glob, núm. 4, Año 2007.

*“Ahorro de energía en el sector hotelero: recomendaciones y soluciones de bajo riesgo”*. Convenio de colaboración entre IDEA y SGT. Madrid: IDEA, 2001.

*“Guía de buenas prácticas ambientales en el sector de la hostelería”*. Programa de renovación sostenible del pequeño comercio y la hostelería de Zaragoza. Zaragoza: Cámara de Comercio e Industria, 2007.

*“Manual de buenas prácticas ambientales en la hostelería y el ocio”*. Proyecto cofinanciado por la Fundación Biodiversidad, la Cámara de Comercio de Granada y el Fondo Social Europeo.

*“Buenas prácticas medioambientales en playas. Guía dirigida a los usuarios de nuestros espacios costeros y playas”*. Valencia: Generalitat Valenciana, [s.n.].

AYUSO, Silvia. *“Gestión sostenible en la industria turística”*. (Tesis Doctoral). Barcelona: Universidad Autónoma, 2003.

*“Manual de buenas prácticas en Turismo Rural”*. Cuenca: Diputación Provincial de Cuenca, 2005.

*“Buenas prácticas en la prestación del servicio: alojamientos turísticos”*. Madrid: Ministerio de Economía, 2002.

[www.unwto.org](http://www.unwto.org)

[www.unwto.org/climate/index.php](http://www.unwto.org/climate/index.php)

[www.marcaparquenatural.com](http://www.marcaparquenatural.com)

[www.earth-net.eu](http://www.earth-net.eu)

[www.koanconsulting.com](http://www.koanconsulting.com)

[http://portal.aragon.es/portal/page/portal/MEDIOAMBIENTE/EDUAMB/DOCUMENT/FOLLETO S/BUENAS+PRACTICAS+AGENTES\\_COR.PDF](http://portal.aragon.es/portal/page/portal/MEDIOAMBIENTE/EDUAMB/DOCUMENT/FOLLETO%20S/BUENAS+PRACTICAS+AGENTES_COR.PDF).

Turismo Sostenible: Buenas prácticas para usuarios de instalaciones o actividades turísticas. [s.l.]: Departamento de Medio Ambiente. Gobierno de Aragón.

<http://www.iberpymeonline.org/Documentos/ClusterTurismoFOMIN.pdf>.

SOLER, Santiago; LESENFANTS, Yves; VELA, Martinza y ARTEAGA, Federico de. CLUSTER DE TURISMO SOSTENIBLE: Resultados, Lecciones Aprendidas y Futuro. [s.l.]: MIF/FOMIN, 2007.

[http://aevv.horus.be/SiteResources/data/MediaArchive//pdf/bonnes\\_pratiques\\_esp.pdf](http://aevv.horus.be/SiteResources/data/MediaArchive//pdf/bonnes_pratiques_esp.pdf).  
GÚÍA DE BUENAS PRÁCTICAS DE VÍAS VERDES EN EUROPA: Ejemplo de Realizaciones Urbanas y Periurbanas. Madrid: Asociación Europea de Vías Verdes, 2000.

<http://portal.aragon.es/portal/page/portal/MEDIOAMBIENTE/EDUAMB/SENSIBILIZACION/JORNADAS/GRUPO5/SOSTENIBLE.PDF>

LÓPEZ MARTÍN, Fernando [et. Al.]. Educación Ambiental: Turismo Sostenible. En III Jornadas de Educación Ambiental de la Comunidad Autónoma de Aragón, 24, 25 y 26 de Marzo de 2006. Zaragoza: Servicio de Información y Educación Ambiental, 2006.

<http://www.turismosostenible.es/monograficos/guias/GBPATuristico.pdf>.

Guía de buenas prácticas ambientales en el sector del turismo rural. Guadalajara: Cámara de Comercio e Industria, 2003.

VIÑALS, M.J. (Coord.) Herramientas para la gestión del turismo sostenible en humedales. Valencia: Universidad Politécnica, 2002. Serie Cuadernillos Técnicos.

PARDO, Alfonso, ARRUEBO, Tomás y RODRIGUEZ, Carlos. MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE BUCEO BAJO HIELO Y EN LAGOS DE MONTAÑA. Zaragoza: Fundación Biodiversidad. Fundación San Valero. Federación Aragonesa de Actividades Subacuáticas, 2005.

<http://www.cma.gva.es/contenidoHtmlArea/contenido/5886/cas/GUIA.pdf>.

GUIA DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES PARA PUERTOS DEPORTIVOS EN LA COMUNITAT VALENCIANA. Valencia: Generalitat Valenciana, 2007.

[http://www.malagacalidad.es/subidas/archivos/ara\\_20.pdf](http://www.malagacalidad.es/subidas/archivos/ara_20.pdf). BUENAS PRÁCTICAS EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO: RESTAURANTES. Madrid: Ministerio de Economía, 2002.

MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS MEDIOAMBIENTALES EN LA HOSTELERÍA Y OCIO. Granada: Cámara de Comercio. TURISMED, [s.n.].

[http://www.navactiva.com/web/es/descargas/pdf/amedioa/crana\\_hosteleria.pdf](http://www.navactiva.com/web/es/descargas/pdf/amedioa/crana_hosteleria.pdf).

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES. HOSTELERÍA. [s.l.]: Centro de Recursos Ambientales de Navarra, 2004.

<http://www.protocoloqplus.com/archivos/descargas/des20.pdf>.

MARCA DE GARANTÍA PROTOCOLOS Q-PLUS DE CAMPOS DE GOLF. [s.l.]: CONSERCERT (Asociación Española de Entidades de Certificación Agraria y Alimentaria), 2004.

<http://www.protocoloqplus.com/archivos/descargas/des17.pdf>. VARGAS, SÁNCHEZ, Alfonso. VACA ACOSTA, Rosa M<sup>a</sup> y SOTO CAMACHO, Elena García. TURISMO Y GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL. DIAGNÓSTICO DE LOS CAMPOS DE GOLF DE LA PROVINCIA DE HUELVA. [s.l.]: CONSERCERT (Asociación Española de Entidades de Certificación Agraria y Alimentaria), 2004.

<http://www.um.es/dp-geografia/turismo/n14/02-CAMPOSDEGOLF.pdf>.

ESEJO MARÍN, Cayetano. CAMPOS DE GOLF Y MEDIO AMBIENTE. UNA INTERACCIÓN NECESARIA. En Cuadernos de Turismo, (14): 67-111, 2004.

VARGAS SANCHEZ, Alfonso, VACA ACOSTA, Rosa M<sup>a</sup> y GARCIA DE SOTO CAMACHO, Elena. GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES. SECTOR TURISMO (Hoteles y Campos de Golf). Madrid: Fundación Biodiversidad, 2003.

[http://www.fundacionbiodiversidad.es/fbiodiversidadweb/webdinamica/galerias/downloadar\\_chivo.do?arclId=168](http://www.fundacionbiodiversidad.es/fbiodiversidadweb/webdinamica/galerias/downloadar_chivo.do?arclId=168)

GUIA DE BUENAS PRÁCTICAS EN LA GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL DE EMPRESAS DE TURISMO RURAL. Badajoz: Diputación de Badajoz, Fundación Biodiversidad, 2006.

[http://www.tncmar.net/english/what's\\_new/training\\_tools/documents/Cruceros.pdf](http://www.tncmar.net/english/what's_new/training_tools/documents/Cruceros.pdf).

BUENAS PRÁCTICAS Y CÓDIGOS DE CONDUCTA PARA EL TURISMO DE CRUCEROS DEL SISTEMA ARRECIFAL MESOAMERICANO. SICAC/CCAD/Unidad Coordinadora del Proyecto (UCP)-SAM, 2006. Disponible en:

[ftp://ftp.fao.org/paia/mnts/case/case\\_studies\\_es.pdf](ftp://ftp.fao.org/paia/mnts/case/case_studies_es.pdf). EL TURISMO SOSTENIBLE EN LAS MONTAÑAS EN ACCIÓN. Estudios de Casos. International Ecotourism Society (TIES).

VARGAS, Erick (Coord.) PLAN DE ACCIÓN DE TURISMO SOSTENIBLE PARA DESTINOS LOCALES DEL ÁREA DE CONSERVACIÓN TORTUGUERO (Costa Rica).

GÁNDARA, José Manuel, FRAIZ BREA, José Antonio Y ALÉN GONZALEZ, María Elisa. HOTELES SOSTENIBLES PARA DESTINOS SOSTENIBLES. La calidad hotelera como instrumento para la sostenibilidad. 2005.

Benayas, J. (Coord.). 2000. Manual de buenas prácticas del monitor de naturaleza: espacios naturales protegidos de Andalucía. Junta de Andalucía. Consejería de Medio Ambiente. 250 pp.

Benayas, J. y Ruiz J. P. 1993. Capacidad de acogida de visitantes. Nacimiento del río Mundo (Albacete). Departamento de Ecología, Universidad Autónoma de Madrid.

Carbonell, X. 2004. Aplicaciones del enfoque marco lógico. Reflexiones a partir de casos prácticos. Curso de Bakeaz sobre participación ciudadana en procesos de Agenda 21 local. CEIDA – Bilbao.

De Castro, R. 1998. Participación y voluntariado ambiental. Características y potencialidades. En: Voluntariado ambiental, participación y conservación del medio ambiente, pp. 33-47. Consejería de Medio Ambiente. Junta de Andalucía. 205 pp.

Castro, R. de (Coord.). 2005. Más que palabras. Comunicación ambiental para una sociedad sostenible. Gea editorial, Valladolid.

Decreto 20/2002, de 29 de enero, de Turismo en el Medio Rural y Turismo Activo. Consejería de Turismo y Deporte. Junta de Andalucía. BOJA nº 14 de 2 de febrero de 2002.

Drumm, A. y Moore, A. 2002. Desarrollo del ecoturismo. Introducción a la planificación del ecoturismo (Vol. I). The Nature Conservancy, USAID. 100 pp.

Eagles, P. F. J.; McCool, S. F. Haynes, C. D. 2002. Sustainable tourism in protected areas. Guidelines for planning and management. UICN. 183 pp. (existe una versión en castellano publicada por el Organismo Autónomo Parques Nacionales)

EUROPARC Federation. 1999. La Carta Europea del Turismo Sostenible en Espacios Protegidos. Texto oficial.

[http://www.europarc.es.org/intranet/EUROPARC/publicado/biblioteca\\_virtual/doc\\_referencia/carta\\_turismoenp.pdf](http://www.europarc.es.org/intranet/EUROPARC/publicado/biblioteca_virtual/doc_referencia/carta_turismoenp.pdf)

EUROPARC Federation. 2001. Loving them to death?. Sustainable tourism in Europe's Nature and National Parks. 136 pp.

EUROPARC-España. 2002. Plan de Acción para los espacios naturales protegidos del Estado español. Ed. Fundación Fernando González Bernáldez. 165 pp. <http://www.europarc-es.org/intranet/EUROPARC/publicado/planaccion.pdf>

EUROPARC-España. 2005. Manual sobre conceptos de uso público en espacios naturales protegidos. Manual 01. Ed. Fundación Fernando González Bernáldez. Madrid. 94 pp. (en PDF en la web de EUROPARC-España: [www.europarc-es.org](http://www.europarc-es.org))

EUROPARC-España. 2006. Evaluación del papel que cumplen los equipamientos de uso público en espacios naturales protegidos. Manual 02. Ed. Fundación Fernando González Bernáldez. Madrid. 96 pp. (en PDF en la web de EUROPARC-España: [www.europarc-es.org](http://www.europarc-es.org))

EUROPARC-España. 2007. EnREDando. Herramientas para la comunicación y la participación social en la gestión de la red Natura 2000. Manual 04. Ed. Fundación Fernando González Bernáldez. Madrid. 216 pp. (en PDF en la web de EUROPARC-España: [www.europarc-es.org](http://www.europarc-es.org))

EUROPARC-España. 2007. Catálogo de buenas prácticas en materia de accesibilidad en espacios naturales protegidos. Manual 05. Ed. Fundación Fernando González Bernáldez. Madrid. 343 pp. (en PDF en la web de EUROPARC-España: [www.europarc-es.org](http://www.europarc-es.org)).

EUROPARC-España. 2008. Planificar para gestionar los espacios naturales protegidos. Manual 07. Ed. Fundación Fernando González Bernáldez. Madrid. 120 pp. (en PDF en la web de EUROPARC-España: [www.europarc-es.org](http://www.europarc-es.org)).

Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada. 2001. Manual de senderismo. Comité de Senderismo de la F.E.D.M.E.

<http://www.fedme.es/FEDME/Senderos/publicaciones/pdf/MSenderismo.pdf>

Fundación ANDANATURA. 2007. Guía para la adhesión de las empresas turísticas a la Carta Europea de Turismo Sostenible. 160 pp. (en PDF en la web de EUROPARC-España: [www.europarc-es.org](http://www.europarc-es.org)).

Garrido López, J. M. 2002. Fórmulas legales aplicables a la gestión de equipamientos de uso público en los espacios naturales protegidos. Curso de uso público en espacios naturales protegidos: los programas de uso público. Valsain (Segovia), 8 al 12 de abril de 2002.

Gómez-Limón, J. y Múgica, M. 2007. Estrategias sostenibles en los destinos naturales. La implantación de la Carta Europea del Turismo Sostenible en espacios naturales protegidos. Estudios Turísticos, nº 172-173, (233-239).

Gómez-Limón, J.; Medina, L.; Atance, I. y Garrido, A. 2003. Los visitantes de Doñana. Sostenible. Monográfico nº 4. Fundación Doñana 21. Consejería de Medio Ambiente. Junta de Andalucía. 103 pp.

Gómez-Limón, J. y Múgica, M. 2002. Impactos del turismo en los espacios naturales. Límites al disfrute en las montañas. *Quercus* 200: 45-48.

Gómez-Limón J. 2002. La demanda turística en espacios naturales. En: Viñals (Ed.) *Turismo en espacios naturales y rurales II*, pp. 117- 137. Universidad Politécnica de Valencia. 341 pp.

Gómez-Limón, J. y Ramírez, L. (Eds.). 1997. Seminario sobre educación ambiental en espacios naturales protegidos. Parque del Ticino. Lombardía, Italia. (Partnership Exchange Programme). Cooperación Técnica entre áreas Protegidas de Europa, Asia y América Latina. Financiado por la Unión Europea, DG I. Fundación "Fernando González Bernáldez". 94 pp.

Gómez-Limón, J. 1996. Usos recreativos en los espacios naturales. Frecuentación, factores explicativos e impactos asociados. El caso de la Comunidad de Madrid. Tesis Doctoral. Departamento Interuniversitario de Ecología, Universidad Autónoma de Madrid, 250 pp.

Gómez-Limón J. y de Lucio, J.V. 1995. Recreational activities and loss of diversity in grasslands in Alto Manzanares Natural Park, Spain. *Biological Conservation* 74: 99-105.

Gutiérrez Pérez, J. 1995. Evaluación de la calidad educativa de los equipamientos ambientales. Serie Monografías. Ministerio de Obras Públicas, Transportes y Medio Ambiente. 150 pp.

Hammit W. E. y Cole, D. N. 1987. *Wildland recreation. Ecology and management*. John Wiley & Sons, New York.

Heras, F. 2003. *Entretantos. Guía práctica para dinamizar procesos participativos sobre problemas ambientales y sostenibilidad*. Ed. GEA, Valladolid. 137 pp.

Junta de Andalucía. Consejería de Medio Ambiente. 2003. *Gestión del Uso Público en la RENPA. Estrategia de Acción*. 111 pp.

Junta de Andalucía. Consejería de Medio Ambiente. *Manual para el diseño, construcción, dotación y explotación de equipamientos de uso público en los espacios naturales protegidos de Andalucía*.

McNeely, J. A.; Thorsell, J. M. y Ceballos-Lascuráin, H. 1992. *Directrices: ordenación de los parques nacionales y zonas protegidas para el turismo*. OMT y PNUMA. 53 pp.

Múgica, M. 1993. *Modelos de demanda paisajística y uso recreativo de los espacios naturales*. Tesis Doctoral. Departamento Interuniversitario de Ecología, Universidad Autónoma de Madrid.

Organismo Autónomo Parques Nacionales. 2000. *Ponencia marco sobre el uso público en los parques nacionales*. Seminario de parques nacionales. Bayona (Pontevedra), febrero de 2000.

Pietx, J. 2000. Custodia del territorio, una nueva estrategia de conservación. *Quercus*, 169: 20-23.

Ramírez, L. y Gómez-Limón, J. (Eds.). 1997. Seminario sobre turismo, uso público y atención a los visitantes en espacios naturales protegidos. (Partnership Exchange Programme). Cooperación Técnica entre Areas Protegidas de Europa, Asia y América Latina. Financiado por la Unión Europea, DG I. Fundación "Fernando González Bernáldez". 77 pp.

Stankey, G. H. (Dir.). 1993. Visitor Impact Management (VIM). A review of research. Vol. One. National Parks and Conservation Association, 256 pp.

Stokking, H.; van Aert, L.; Meijberg, W. and Kaskens, A. 1999. Evaluating Environmental Education. Commission on Education and Communication. UICN. 132 pp.

VVAA. 2005. Voluntaris Collserola: 13 años de colaboración y participación ciudadana. En:

Once historias sobre participación ambiental y algunas reflexiones compartidas. Ministerio de Medio Ambiente, Madrid.

[http://www.mma.es/portal/secciones/formacion\\_educacion/recursos/rec\\_documentos/once\\_historias.htm](http://www.mma.es/portal/secciones/formacion_educacion/recursos/rec_documentos/once_historias.htm)

[http://www.oitandina.org.pe/documentos/ecuador\\_dt140\\_turismo\\_sostenible\\_estado\\_comunidad\\_y\\_empresa\\_frente\\_al\\_mercado\\_el\\_caso\\_de\\_ecuador.pdf](http://www.oitandina.org.pe/documentos/ecuador_dt140_turismo_sostenible_estado_comunidad_y_empresa_frente_al_mercado_el_caso_de_ecuador.pdf).

TURISMO SOSTENIBLE: ESTADO, COMUNIDAD Y EMPRESA FRENTE AL MERCADO. EL CASO DE ECUADOR. Oficina Internacional del Trabajo. Equipo técnico multidisciplinario para los Países Andinos, 2001.

<http://www.observatur.edu.ar>

CÓDIGO ÉTICO MUNDIAL PARA EL TURISMO. – Observatorio Turístico – Universidad Nacional de Lanús.

[http://www.oei.es/decada/portadas/225\\_medidas.pdf](http://www.oei.es/decada/portadas/225_medidas.pdf).

255 MEDIDAS PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE: alternativas a la Estrategia Española de Desarrollo Sostenible. Ecologistas en Acción, Greenpeace, SEO/BirdLife y WWF/Adena.

<http://www.etsia.upm.es/ANTIGUA/DEPARTAMENTOS/economia/documentos/ProyectoAgreement/RuralTourismFirmP3Sp.pdf>

LA EMPRESA DE TURISMO RURAL: GESTIÓN, ADMINISTRACIÓN Y CALIDAD. En “Formas alternativas de ocupación y formación continua en Agricultura”: Proyecto Agreement nº 2004 EL/04/B/F/PP-148258. Madrid: Educación y Cultura Leonardo da Vinci, 2006.

[http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/proyectos/MBP\\_Hospedaje.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/proyectos/MBP_Hospedaje.pdf)

MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES EN ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú. Viceministerio de Turismo. [s.l.]: MINCETUR, 2006.

<http://www.turismo-sostenible.org/docs/turismobp.pdf>

MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES EN LA FAMILIA PROFESIONAL: SECTOR SERVICIOS TURISMO Y HOSTELERÍA. [s.l.]: Ministerio de Medio ambiente y Fondo Social Europeo.

<http://www.rainforest-alliance.org/programs/tourism/certification/bmp-guide-s.pdf>

BUENAS PRACTICAS PARA TURISMO SOSTENIBLE: UNA GUÍA PARA EL PEQUEÑO Y MEDIANO EMPRESARIO. Rainforest Alliance. Asociación Alianza Verde.

[http://www.mma.es/secciones/raa/programacion\\_raa\\_ant/integracion\\_sectores/pdf/turismo.pdf](http://www.mma.es/secciones/raa/programacion_raa_ant/integracion_sectores/pdf/turismo.pdf). HACIA UN TURISMO SOSTENIBLE: CÓMO INTEGRAR EL MEDIO AMBIENTE EN EL SECTOR TURÍSTICO. [s.l.]: LanzaRed (Secretariado de la Red de Autoridades Ambientales), 2001.

<http://www.turismososteniblezaragoza.com/documentos/FOLLETO.ppt#1>

TURISMO SOSTENIBLE ZARAGOZA: GUIA DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES. Zaragoza: Ayuntamiento de Zaragoza, [s.n.].

<http://www.famp.es/famp/varios/ciudadessostenibles/docums/CODIGOBUENAS PRACTICAS.pdf>

CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS PARA EL DESARROLLO DE MUNICIPIOS TURÍSTICOS. [s.l.]: Congreso Nacional de Sostenibilidad, 2007

[http://www.ecotrans.org/docs/1\\_hamele\\_Yunis\\_intro\\_aims.pdf](http://www.ecotrans.org/docs/1_hamele_Yunis_intro_aims.pdf).

MAKING TOURISM MORE SUSTAINABLE. Helpful instruments and practice examples in Europa. Hanover (Germany): OMT (World Tourism Organisation), UNEP (United Nations Environment Programme), 2006.

[http://www.visitbritain.com/en/Images/CS\\_Cavendish\\_tcm12-135004.doc](http://www.visitbritain.com/en/Images/CS_Cavendish_tcm12-135004.doc)

MAKING TOURISM MORE SUSTAINABLE. CASE ESTUDIES. OMT (World Tourism Organisation), UNEP (United Nations Environment Programme)..

[http://www2.unia.es/nuevo\\_inf\\_academica/visualizar\\_file\\_Adjunto.asp?ID=1131](http://www2.unia.es/nuevo_inf_academica/visualizar_file_Adjunto.asp?ID=1131)

GUÍA PARA ADMINISTRADORES LOCALES: DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE. OMT (World Tourism Organization).

[http://www.odi.org.uk/tourism/resources/toolkits/0604\\_caribbeanguidelines\\_spanish.pdf](http://www.odi.org.uk/tourism/resources/toolkits/0604_caribbeanguidelines_spanish.pdf)

EL PESO DEL TURISMO EN LA ECONOMIA DEL CARIBE: Guía de Buenas Prácticas. [s.l.]: Alianza del Turismo contra la Pobreza y la CTO-Organización de Turismo del Caribe, 2006.

<http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=850796>

LESENFANTS, Yves. Diagnóstico y optimización de la gestión metodológica del Cluster: CLUSTER DE TURISMO SOSTENIBLE. [s.l.]: FOMIN, 2006.

[http://www.fundacionglobalnature.org/proyectos/tuismo\\_y\\_ma/GuiaBuenasPracticas.pdf](http://www.fundacionglobalnature.org/proyectos/tuismo_y_ma/GuiaBuenasPracticas.pdf).  
Guía de buenas prácticas ambientales para alojamientos turísticos de la Hoya de Huesca. Zaragoza: Fundación Ecología y Desarrollo, 2003.

[http://www.uhu.es/uhtur/documentos/monografias3/Hacia\\_un\\_turismo\\_sostenible.pdf](http://www.uhu.es/uhtur/documentos/monografias3/Hacia_un_turismo_sostenible.pdf)

HACIA UN TURISMO SOSTENIBLE. En SAVIA, (Núm. Junio): 16-19, 2007.

<http://www.iadb.org/IDBDocs.cfm?docnum=1028828>

BIEN, Amos. CESD Nº1: UNA GUÍA SIMPLE PARA LA CERTIFICACIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE Y EL ECOTURISMO. Center for ecotourism and Sustainable Development.

<http://www.iadb.org/IDBDocs.cfm?docnum=1028842>.

RUSSILLO, Aimee, BIEN, Amos, HONEY, Martha Y ROME, Abigail. CESD Nº2: PASOS PRÁCTICOS PARA FINANCIAR LA CERTIFICACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS. Center for Ecotourism and Sustainable Development.

<http://www.iadb.org/IDBDocs.cfm?docnum=1028848>

RUSSILLO, Aimee, BIEN, Amos, HONEY, Martha Y ROME, Abigail. CESD Nº3: PASOS PRÁCTICOS PARA MERCADEAR LA CERTIFICACIÓN TURÍSTICA. Center for Ecotourism and Sustainable Development.

<http://web.dip-badajoz.es/proyectos/loslagos/descargar.php?doc=100815>

PLAN DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES EN EL SECTOR TURISTICO: PLAN DE DINAMIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO LOS LAGOS. Badajoz: Diputación de Badajoz. Área de Desarrollo Local. CEDER.