

EL ECOTURISMO UNA ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE

*Ivonne León Uzcátegui **

Resumen: En este artículo se analizan las ventajas y desventajas del «turismo de masas», en contraste con las alternativas económicas, ecológicas y culturales del denominado «nuevo turismo». En esta nueva modalidad de la industria turística, son pertinentes las aplicaciones de las nuevas tecnologías de la información, la planificación turística, el ecodesarrollo y la autosuficiencia. Se trata de impulsar un modelo de turismo menos agresivo en los aspectos económico, social, ambiental y cultural.

Palabras claves: Turismo de masas- estandarización- Nuevo turismo- Nuevas tecnologías de la información.

* Economista

Las transformaciones que se han sucedido en el mundo, particularmente a partir de mediados de la década de los 80, entre otras cosas con la difusión de la microelectrónica y el desarrollo de las telecomunicaciones dando paso a una nueva revolución tecnológica, tenían que tocar indefectiblemente al sector turismo.

Este sector experimenta un crecimiento asombroso desde los años 60 y una moderación en las tasas de crecimiento a partir de los 80, básicamente por la crisis sentida, en el mundo entero. La economía mundial está en una “recesión estructural”, lo que tiene que traer un necesario “perjuicio”. Ha comenzado a debatirse con la reestructuración política (la nueva Alemania, la quiebra de la URSS y de todos los países comunistas; la emergencia de la Unidad Económica Europea con Francia y Alemania al frente y la nueva competencia desde Japón).

Mientras la disminución del crecimiento en el sector turismo es esperado, éste no será el caso para todos los participantes. Algunos actores de la industria (cruceros y resorts) y regiones de turismo (Asia) experimentan un gran promedio de crecimiento.

El turismo es el movimiento temporal de personas hacia destinos distintos de sus lugares normales de trabajo y de residencia, de manera que implica tanto las actividades emprendidas durante su estancia en sus destinos, como las facilidades creadas para satisfacer sus necesidades.

Estudiar el turismo es analizar a la gente fuera de su hábitat usual, a los establecimientos que responden a los requerimientos de viajeros y a las repercusiones que tienen en el bienestar económico, físico y social de sus anfitriones. Dicho estudio incluye las motivaciones y experiencias del turista, las expectativas y ajustes realizados por residentes y los papeles que desempeñan las numero sus agencias e instituciones que interceden entre ellos.

El incremento del tiempo libre, los ingresos más adecuados en algunos países y la mayor movilización se han combinado para permitir que un gran número de personas participen en el turismo. Mejoras en transporte, proliferación de alojamientos, e incluso el aumento de paseos organizados y otras formas vacacionales relativamente baratos han ampliado más oportunidades de viajar por placer. El turismo ya no es la prerrogativa de unos cuantos, sino una parte aceptada, acostumbrada y esperada de las formas de vida de un gran número de personas.

En la conferencia de Manila en 1980, se refuerza la positiva idea del turismo como instrumento económico, subrayando paralelamente y como dato novedoso, la importancia del turismo nacional donde se menciona de manera específica EL DERECHO AL DESCANSO Y LA RECREACION, COMO EQUIVALENTE NATURAL DEL DERECHO AL TRABAJO. También manifiesta de manera acertada la preservación de los espacios físicos y mantener los ecosistemas de los que depende la actividad turística.

La emergencia de un Nuevo Patrón Tecnológico, del cual algunas manifestaciones son ya visibles, permite el nacimiento de un nuevo turismo, en consecuencia las industria del viaje y el turismo asisten a profundas transformaciones, incorporando la tecnología básica del nuevo paradigma: la microelectrónica y la incorporación del valiosísimo desarrollo de las telecomunicaciones.

Por razones didácticas, se abordará en primer lugar el «viejo turismo» también conocido como «turismo de masas», ya que este modelo además de haber sido el adoptado durante el gran auge del turismo en las décadas del 60, 70 y mediados de los 80, sigue ocupando un puesto significativo dentro del total del sector, previéndose que este no desaparecerá en el corto ni en largo plazo, lo que se prevé registre es una disminución en su tasa de crecimiento.

La primera etapa del turismo internacional moderno se realiza entre 1945 (fin de la II Guerra Mundial) y 1958 con la invención del Jet. Hasta la aparición del Jet, el turismo es una posibilidad reservada básicamente a los ciudadanos de USA, país que se encuentra más apto en lo económico y cuyo comercio y producción se expande con rapidez, favorecido por la reconstrucción de Europa.

El segundo período del turismo internacional moderno (1958-1980), se caracteriza por el desarrollo propiamente masivo. Así lo permiten, la introducción del Jet y el mejoramiento de las condiciones socioeconómicas de los países que participaron activamente en la II Guerra Mundial.

El turismo de masas existe si se observan las siguientes condiciones.

- 1.- Las vacaciones son estandarizadas, rígidamente empaquetadas e inflexibles. Ninguna parte de las vacaciones puede ser alterada excepto si se pagan altos precios.

- 2.- Las vacaciones son producidas mediante la reproducción masiva de unidades, con escalas económicas.
- 3.- Las vacaciones son un mercado masivo, para una clientela no diferenciada.
- 4.- Las vacaciones son consumidas en masa, con ninguna clase de consideración de los turistas por las normas locales, culturales, gente o medio ambiente de los destinos de turismo que los reciben.

Estandarización y rigidez, son muy claras las características de los (paquetes de tours» ofrecidos a gran escala, e inclusive los tours charter proveen al mismo nivel de transporte, comodidad, comida y servicios de traslado para todos los clientes que paguen el mismo precio, visiten los mismos lugares: destinos con sol; se bañan en las mismas playas, duermen en los mismos hoteles y en el mismo tipo de camas, leen los mismos folletos de turismo, visitan los mismos sitios, se quedan el mismo tiempo, toman la misma clase de fotografía e inclusive, compran los mismos «souvenirs» (Poon, 1993).

A mediados de los 70, el turismo de masas estuvo a la orden del día, imitando la producción en masas en el sector manufacturero, el turismo fue desarrollado mediante los principios de ensamblaje en línea: las vacaciones fueron estandarizadas e inflexibles, idénticas vacaciones fueron producidas en masas, y la economía de escala fue la fuerza conductora de la producción.

Muchas fuerzas claves fueron responsables por la extensión del turismo de masas:

- 1.- Los consumidores: la vehemencia de sol, el hambre de sexo y la inexperiencia de los consumidores.
- 2.- La tecnología: el avión Jet, el automóvil, las reservaciones por computadoras, los sistemas contables y las tarjetas de crédito.
- 3.- La producción: petróleo barato, vuelos charter, tours en paquetes, sobre construcción de hoteles, producción en masas.
- 4.- Administración: economías de escalas y vacaciones de marca, pasajes aéreos en promoción, mercado de masas.
- 5.- Marco de referencia: la paz de la postguerra y la prosperidad, vacaciones pagadas, desregulación del transporte aéreo, incentivos para atraer las cadenas de hoteles a establecer operaciones en muchos destinos de sol y en todo el mundo.

Los tours operadores son mayoristas que integran transporte, arreglo en tierra y alojamiento para formar un conjunto de venta a minoristas independientes, agencias de viajes o a sus propias agencias.

Los tours operadores atienden normalmente a determinados sectores o segmentos del mercado, como por ejemplo, grupos étnicos, culturales, históricos deportivos o bien sirven a determinados destinos turísticos y tienen así mejores condiciones de operación y se inicia la aceptación y el rápido desarrollo de esta modalidad de viajes (Jiménez 1993).

La industria observa como el mayor impulso significativo en el desarrollo del turismo de masas ha sido la búsqueda de sol. Este puede ser realmente visto cuando uno considera que el movimiento de distribución del viaje ha sido principalmente desde los fríos países del norte a los calientes del sur. Este fenómeno de las preferencias por los

destinos de sol se da fundamentalmente en la década de los 60, alcanzó su mayor euforia en los 70 y comenzó a decaer en los 80.

Este tipo de turismo ha traído consecuencias negativas a los destinos: eco nómicos, sociales, culturales y ambientales fundamentalmente. Vamos a analizar algunos de los problemas encontrados en nuestros destinos turísticos y nacidos como resultado del desarrollo del turismo (Poon, 1993).

- 1.- Pobre infraestructura en aguas negras, mala gerencia y falta de planificación de los hoteles y de los «ressorts», conduciendo el dispositivo de aguas negras y otros contaminantes directamente en el mar, causando la contaminación de playas y la destrucción de la vida marina.
- 2.- Degradación de playas y erosión del suelo desde la construcción hasta el cierre de la línea corta por ejemplo: algunos hoteles y resorts en la región del Caribe están experimentando una pérdida de arena y área de baño, por que el mar comienza a reclamar algunas de sus áreas, expuestas en la construcción de las bases.
- 3.- Indiscriminada inundación de desperdicios en el agua de los barcos de cruceros y botes de playa (especialmente sustancias hechas por el hombre como plástico, los cuales son conocidos como “vida acuática asfixiante”, en particular dañan las tortugas jóvenes). El problema de la inundación de basura es particularmente severo en el área del Caribe, especialmente a lo largo de la principal ruta de los cruceros donde varios plásticos y otras cosas pueden encontrarse flotando.
- 4.- Ilegal pesca por arpones “Justo para divertirse” destruyendo invalorable vidas submarinas. En el Caribe los franceses están identificados como particularmente culpables de la conducta ambiental enemistosa.
- 5.- Destrucción de arrecifes y vida submarina como resultado de la comercialización mediante la explotación de conchas, corales negros y otros para satisfacer el «souvenir» del viaje, como también sobre la pesca, parcialmente para alimentar a la población turística y por el uso del anda.
- 6.- Sobre uso de áreas naturales tales como cuevas, parques nacionales, reservas de animales, cayos aislados, bahías y anclajes como atracciones turísticas - aun con atracciones ecoturísticas - los cuales generan presiones ambientales.
- 7.- Contaminación de ruidos, repletas y congestionadas áreas de tráfico tales como playas, aeropuertos, autopistas y atracciones históricas.
- 8.- Corrosión de monumentos ancianos, por lluvias ácidas y largas jornadas de estadías de los turistas.
- 9.- Destrucción en los bosques y montañas por el pesado uso y trajín de “naturaleza turística”.
- 10.- Presiones en áreas protegidas y parques nacionales por sobre demanda, en adecuada administración de fondo y los finos límites de esas reservas.
- 11.- Paisajes dañados, causados por esquiadores y antipático diseño permitiendo la erosión del suelo, deslizamiento de todo, avalanchas de nieve y el desplazamiento de especies de pájaros, mamíferos y plantas.

- 12.- El uso de la nieve no debe ser para crear nieve artificial para los resor de ski, aparte del nocivo ruido y el obvio inatractivo, utilizan millones de galones de agua, afectando los niveles de agua en los depósitos de los lagos.
- 13.- Insistencia de los gourmet en cierto tipo de comida que no corresponde el tiempo del año; por ejemplo la langosta para comer en las estaciones verda das están creando una demanda para el comercio ilícito y un enorme daño a la población de animales salvajes.

Además de todo lo anteriormente expuesto, Alfonso Jiménez en su libro titulado: Turismo, Estructura y Desarrollo (1992), nos comenta algunos efectos sociales y económicos del sector turístico en las comunidades huéspedes. Según él, se acentúa la actitud crítica respecto del impacto que tiene el turismo en las sociedades receptoras, elaborándose estudios de diferentes disciplinas con esta óptica: Sociología, Antropología, Psicología, Psicología Social, Geografía, además de los estudios tradicionales de Economía; los cuales proporcionan un panorama cualitativo y cuantitativamente diferente al escenario que prevaleció duran te las décadas pasadas.

Algunos de los efectos económicos y sociales del sector turismo en los des tinos, son los siguientes:

- 1.- Las divisas extranjeras derivadas de las actividades turísticas y que se aportan efectivamente en el país receptor (pudiendo ser escasa la ganancia, por el componente de importación inadecuado y porque todo el paquete de viaje: pasajes, hoteles, paseos, comidas, etc. son cobrados en el país de origen).
- 2.- Al turismo se asocian aspectos relativos al incremento de precios e inflación, derivado del alto poder de compra de los turistas.
- 3.- Se argumenta que el costo de creación de un empleo en turismo, es más alto que en la producción industrial y que adicionalmente se requiere un reducido nivel de calificación.
- 4.- Se les asocian con drogas, prostitución y hasta con altos niveles de criminalidad.
- 5.- Crecientes desviaciones sociales, ejemplo: en algunas pequeñas comunidades los niños dejan las escuelas para vender franelas y pasteles, para esperar que arriben los pasajeros del crucero.
- 6.- Estandarización de roles, los locales y los turistas conocen como ellos suponen que se comporten.
- 7.- Creciente despersonalización, los huéspedes son conocidos por su número de habitación.
- 8.- Turismo cansado, la sociedad y la infraestructura comienzan por ceder bajo las presiones de la demanda turística, pobres actitudes y degradación del medio ambiente en el sitio.
- 9.- Monetarización de las relaciones, la gente sonríe «por demanda» y si ellos obtiene algo por eso.
- 10.- Incremento de conflictos generacionales, los valores de la familia y la religión son marginales.

- 11.- La explosión de nuevas enfermedades, ejemplo: enfermedades sexualmente transmitidas, tales como la sífilis, la gonorrea, el sida y otras.
- 12.- El turismo hace que las artesanías que originalmente se encarnan en las culturas indígenas o mestizas por su función sean adoptadas en la vida moderna por su significado. Se ha dicho con insistencia que el turismo desvirtúa la autenticidad de las manifestaciones artesanales y populares.
- 13.- Las danzas, la música y la poesía de los grupos indígenas y mestizos, son otros rasgos culturales que han sufrido el impacto del turismo. Estas manifestaciones forman parte del capital cultural de cada grupo y son parte fundamental de su identidad étnica. La influencia masiva de turistas tiende a mistificar o a transformar las expresiones originales de las artes populares ya que se trata de satisfacer el gusto de los visitantes
- 14.- Causas de la disminución del impacto benéfico del turismo en las economías nacionales.
 - a) El alto contenido de importaciones del gasto del turismo, la necesidad de importar vinos, comida, enlatados y otros para abastecer el comercio del turismo.
 - b) El efecto demostración, los locales abandonan sus propias comidas, vestidos y estilos de vida y copian las de los turistas.
 - c) Ruptura del sector agrícola, los locales prefieren trabajar en hoteles, al contrario que en el sol.
 - d) Alta estacionalidad, en el Caribe 4 meses de banquetes desde Diciembre hasta Marzo y 8 meses de hambruna desde Abril hasta Noviembre.
 - e) Sensibilidad a las variaciones de los ingresos, ejemplo: causados por la crisis petrolera, recesión, movimiento en las tasas de cambio, cambios con la disponibilidad de ingresos y precios.
 - f) Concesiones políticas, domésticas e internacionales, ejemplo: la agitación en Haití, la guerra del Golfo.
 - g) El predominio de estancias cortas (turistas de cruceros) sobre las estancias largas (hoteles), generando menos ingresos en la economía local.

¿El fin del turismo de masas?. Existen por lo menos dos posiciones encontradas en cuanto a la permanencia o no del turismo de masas en el futuro y el papel a jugar del turismo alternativo, Turnen y Ash, en su libro Turismo y Sociedad (1992), afirman que el turismo nuevo nunca llegará a ser más que un simple aspecto menor del turismo internacional. El grueso de la industria seguirá estando compuesta por turistas masificados, a quienes en realidad les importe muy poco conocer el país al que viajan a pasar sus vacaciones. Para la mayoría de las personas, unas vacaciones en el extranjero siguen siendo un mecanismo social aceptable, respecto de la utilización que puedan dar a su tiempo de ocio.

Otra razón por la cual el turismo de masas seguirá en marcha, es que la industria solamente podrá ganar gracias a los primeros viajes de las ciudades de los países de origen, que hayan alcanzado cierta «opulencia» a lo largo de los próximos veinte años.

Lo que sí sería nuevo es la aparición de una minoría razonable de viajeros ya experimentados que hayan visitado hasta una veintena de países, y que en consecuencia estén relativamente hartos de viajar.

Se desarrollarán de este modo, nuevas tendencias dentro del turismo masificado, sobre todo a medida que los destinos se esfuercen desesperadamente, por crear ambientes turísticos netamente distintos de toda experiencia precedente. Se producirá un giro hacia el Reino de la Naturaleza, las giras de los grupos se disfrazaron de expedición.

Al mismo tiempo Turnen y Ash (1992) señalan que este fatalismo (el crecimiento del turismo de masas) no implica que los países anfitriones tengan que soportar por fuerza una actitud complaciente y dejarse violar sin oponer resistencia.

- 1.- Todos los destinos turísticos deberían estar regidos por gobiernos conscientes, de que no existe una norma inapelable según la cual, haya que dar siempre la bienvenida a los turistas.
- 2.- El turismo es un factor socialmente corrosivo que hay que tener bajo control. La cuestión económica no está clara, los países anfitriones deberían imponer una seria gravación fiscal sobre los turistas, de manera que estos paguen lo que ellos mismos han puesto como necesidad. No tiene ningún sentido fomentar el turismo si el dinero que pueda proporcionarse se gasta en mejoras destinadas a hacer más grata la estancia de los turistas. No hay razón en el mundo por la cual una comunidad debe subvencionar a los turistas que recibe.
- 3.- Desde el mismo punto de partida debería estar preparada con toda claridad la política atinente de la propiedad de la tierra y los negocios hechos por parte de extranjeros. Es deseable establecer un límite, por encima del cual no es admisible el número de turistas que un país está dispuesto a acoger.
- 4.- Hay que ser más estrictos respecto a la cantidad de dinero que el turista debe llevar a determinado país.
- 5.- Conviene especificar los términos exactos en que los turistas pueden adquirir una propiedad inmobiliaria.
- 6.- No se les debe permitir construir en las áreas antiguas.
- 7.- Donde sea posible, habría que limitar el uso de automóvil, promover el uso de bicicletas y promover las caminatas.

El Nuevo Turismo como consecuencia de la aparición de un nuevo paradigma técnico-económico con sus correspondientes componentes sociales e institucionales, el sector turismo se ha visto tocado muy de cerca por estas transformaciones, dado su carácter de información intensiva y de la utilización de sistemas de comunicación confiables.

Desde mediados de los años 80 comienza a perfilarse un nuevo turismo cuyas fuerzas internas más importantes son los nuevos consumidores y las nuevas tecnologías. Un nuevo turismo está ya emergiendo, un turismo que es flexible, sustentable e

individualmente orientado. Además las prácticas de la nueva industria por mejor productividad y más rentabilidad consistirán de diseño, segmentación del mercado, calidad total en la administración, cero defectos, campo gerencial, integración diagonal, alianzas estratégicas y socios de información. La integración diagonal es un proceso por el cual las firmas usan las tecnologías de la información por combinar lógicamente la provisión de servicios (por ejemplo viajes, más seguros, más tarjetas de crédito, más agencias de viajes), para mayor productividad y mayores beneficios (Poon, 1993).

El nuevo turismo implica Nuevos Consumidores. Cambios en la conducta y valores de los consumidores proveen una fuerte conducta ética para el nuevo turismo. Los nuevos turistas son fundamentalmente diferentes de los viejos. Ellos son más experimentados, son ambientalistas, más flexibles, más independientes, de mayor nivel de conciencia y “notablemente complacientes”.

Los viejos turistas tienden a ser homogéneos y predecibles, si ellos querían primera clase, ellos querían primera clase todo el tiempo. Ellos se sentían seguros por viajar en grupos.

Ellos tomaban vacaciones cuando todo era pre-pagado y pre-arreglado. Los nuevos turistas no quieren a sus predecesores, al contrario ellos son espontáneos e impredecibles. Ellos son híbridos por naturaleza y no consumen a lo largo de una línea predecible.

Los cambios demográficos están también reflejados en el nuevo turismo, la población es de edad, la familia está decreciendo y más ingresos están disponibles.

Nuevas Tecnologías. La aplicación de nuevas tecnologías en el sector turismo pueden ser entendidas considerando que:

El Turismo es una industria extremadamente intensiva en información. El rápido proceso de desarrollo de tecnología de la información facilita que la rapidez y la eficacia con la cual la información de la Industria sea procesada, almacenada, recuperada, distribuida y presentada de otra manera.

No es una computadora, o un teléfono, o un catálogo, video o teleconferencias sino todo un sistema de tecnología de la información en orden a asegurar su propia sobrevivencia, y su competitividad, la tecnología de la información no deja ningún actor sin tocar en la industria del viaje y del turismo. Ningún actor escapará de sus impactos.

Las características claves de las aplicaciones de la tecnología de la información en la industria del turismo son: (Poon, 1993).

- 1.- La tecnología está bien desarrollada.
- 2.- Un sistema de información intensiva está difundiéndose.
- 3.- Todos los actores son usuarios de tecnología.
- 4.- La difusión es rápida.
- 5.- Los sistemas de Reservación Computarizados (SRC) han emergido como la tecnología dominante.
- 6.- Los S.R.C se han convertido en centros de beneficios en sus propios campos.
- 7.- La tecnología crea una nueva base para la competencia.

- 8.- La tecnología no alterará el contenido mismo del turismo por el contrario, este contagiará sus funciones esenciales de información interna (administración, mercadeo, distribución y ventas).
- 9.- El gran impacto de la tecnología será en el área de la distribución y las ventas.
- 10.- La tecnología hace posible que:
 - a) Aumente la eficiencia de la producción.
 - b) Provea mejor calidad de los servicios.
 - e) Mercadeo y distribución de servicios más efectivos en el lugar del mercado.
 - d) Liberar horas humanas para servicios importantes.
 - e) Generar servicios completamente nuevos y flexibles. (ej. Vacaciones diferentes, telecomunicaciones, comunicaciones móviles).

El nuevo marco de referencia tal como la desregulación de las aerolíneas, la reestructuración económica, la conciencia ambiental, la protección del consumidor y la creciente extensión de los días de vacaciones, están dando origen a un nuevo turismo. Muchas señales del nuevo turismo han aparecido:

La demanda por escoger y flexibilizar es tan grande como nunca antes.

Las tecnologías de la información son rápidamente difundidas, 96% de las agencias de viajes de USA están ligadas al Sistema de Reservación Computarizado (SRC).

Los SRC se están convirtiendo en la alternativa flexible para el paquete de vacaciones.

La tasa de crecimiento del tradicional negocio del paquete de sol está declinando.

Está incrementando la segmentación de los mercados de vacaciones.

La conducta y la motivación de los turistas está cambiando (cortos intervalos, actividades orientadas).

La integración diagonal, es una de las características más notables del nuevo turismo, esto es un proceso por el cual las firmas con tecnologías de la información combinan servicios, lógicamente para mejor productividad y mejores beneficios, será uno de los desarrollos más significativos, en el viaje internacional y en la industria del placer.

La integración diagonal trae una herramienta clave, para controlar el proceso de crecimiento de valor en la industria del turismo. Ya los límites dentro de la industria del turismo, y entre la industria y otras, están convirtiéndose crecientemente en confusas. Los sectores están ocupando los espacios de otros más que nunca, los bancos dentro de las agencias de viajes, las compañías de seguros adquieren intereses en hoteles, las aerolíneas poseen cartas de crédito, las tiendas por departamentos operan agencias de viajes y compañías botes de placer se mueven dentro de los hoteles.

El Ecoturismo alternativa para el desarrollo sustentable.

Sin duda son muy interesantes los planteamientos del “nuevo turismo” basados en la microelectrónica que ha dado origen a una nueva revolución tecnológica, esto es justo el

momento de repensar el modelo depredador del turismo de masas y de poner a la nueva tecnología al servicio de un turismo más humano, «más ambientalista», más razonable, por eso nos atrevemos a plantear como alternativa el Ecoturismo, también llamado Turismo Sustentable, Turismo Rural, etc.

La Unión Mundial para la Conservación de la Naturaleza (UICN) define textualmente al ecoturismo como “Aquella modalidad turística ambientalmente responsable, constante en viajes o visitar áreas naturales poco perturbadas con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural que pueda encontrar ahí, a través de un proceso que promueve la conversación, tiene bajo impacto, ambiental y cultural, y provoca un involucramiento activo y socioeconómico en beneficio de los problemas locales”

- Según A. Poon (1993) la salida no es cualquier desarrollo turístico sino aquel que se plantee.
- ¿Cómo desarrollar la industria en un sentido tal que las comunidades se beneficien?
- ¿Cómo usar la industria del turismo para regenerar sectores de las economías, tales como la agricultura, la manufactura y los servicios?
- ¿Cómo el turismo puede crear una economía con bases ambientales sustentables para el futuro?
- ¿Cómo limitar los impactos sociales y culturales del turismo?.
- ¿Cómo los destinos turísticos pueden asegurar acceso al aire, en un mercado de transportación aérea desregulada?
- ¿Cómo competir con el aumento dominante del turismo de cruceros?
- ¿Cuál tendrá que ser el nuevo rol de las oficinas de turismo en el mercado?
- ¿Cómo los destinos turísticos pueden ser una tecnología para alcanzar a las computadoras?
- ¿Cómo fomentar el sector privado para mejorar la calidad continuamente?
- El ritmo de aprovechamiento de los ecosistemas turísticos y el grado de descripción y contaminación de estos no dependen tan solo del volumen de la actividad, sino de sus modalidades, estilos, contenido, distribución en el espacio y objetivos propuestos. Si la materia prima del turismo son los atractivos naturales y culturales, entonces al ecosistema debe diseñar planificar, y llevar a cabo los ecodesarrollos; debe diseñar, planear y llevar a cabo las estrategias adecuadas para su racional aprovechamiento, rentabilidad, conservación y protección.

En virtud de lo antes expuesto la planificación turística en el ecodesarrollo es un elemento vital, para lograr un modelo de turismo sustentable.

Los principales elementos de la planificación turística son:

- a) El ecodesarrollo, como método de planificación turística, permite alcanzar un desarrollo natural y auto sostenido de la actividad, en donde se consideran las variables económicas, sociales, financieras, culturales y ambientales.
- b) El ecodesarrollo dentro de la planeación turística, necesariamente se inserta en una estrategia racional para lograr el desarrollo integrado y ecológicamente racional del turismo.
- e) Con respecto a las características del ambiente se puede afinar que la racionalidad o irracionalidad productiva de la sociedad y el grado de caracterización ambiental, deteriorará la naturaleza e intensidad del aprovechamiento de los recursos del medio.
- d) Para alcanzar la meta de la Autosuficiencia, los encargados de la planificación eco turística deben estar convencidos que el ritmo y estilo del desarrollo turístico, tienen que ser determinados por las personas más afectadas. Ello no supone que los técnicos de aprovechamiento del modo y forma de organización tradicional será necesariamente mejores y que deben rechazarse, si no que las innovaciones que se propongan deberán estar en armonía con los estilos de vida y estructuras culturales que han mostrado su racionalidad endógena en la relación entre la sociedad y la naturaleza y ello podría introducirse si conducen a un mejoramiento efectivo en la calidad de vida.
- e) Los programas de desarrollo turístico se deben formular, aplicar y evaluar con base a la información sobre el contexto ambiental de la región, lo que proporciona un panorama más fiel de los impactos que las modificaciones que puedan tener sobre los ecosistemas y atractivos naturales.

La planificación turística se lleva a cabo teniendo en cuenta una serie de objetivos concretos: Incrementar las afluencias de divisas, crear nuevos empleos, aumentar la capacidad hotelera, entre otras. El ecodesarrollo exige ir más allá y obtener la información necesaria sobre las características y la dinámica de los ecosistemas y las estructuras culturales de la población con el fin de prever las influencias de las acciones propuestas.

Sergio Molina (1990) al referirse al diseño de nuevos escenarios turísticos, dice que es clara la urgencia por aplicación de un freno al crecimiento desmesurado y sostenido sin que ello signifique entrar en un estado de estancamiento bajo el prisma prevalecientemente tradicional, así podrá entenderse. Pero el sistema socio cultural (la humanidad como un todo) desarrolla una nueva jerarquía de valores para ajustarse a las condiciones cambiantes y amenazantes en la cual las cuestiones cualitativas, es decir más desarrollo que crecimiento, para asumir jerarquías positivas, se habrá dado un paso trascendental.

En este desafío, el turismo como alternativa del ocio aparece de nuevo con un potencial formidable. El rol del fenómeno turístico dentro de un proceso de cambio de valor, es notable; y por ello tendrá que ser ubicado en un contexto más inmediato. Así el turismo dejará de ser una actividad libremente utilitaria con todas las distorsiones acarreadas por tal enfoque y superarla a partir del cual puede inyectar renovada energía al sistema socio-cultural a efecto de promover nuevas actitudes y realizaciones humanas (Molina, 1990).

El turismo de masas, con sus características devastadoras no es hoy la única opción transitable ni mucho menos el destino fatal del turismo, sin dejar de ser rentable se puede instrumentar un modelo de turismo menos agresivo económica, social, ambiental y culturalmente.

BIBLIOGRAFÍA

- JIMENEZ, ALFONSO: **Turismo, Estructura y Desarrollo México**. Mc. Graw Hill, 1992
- MOLINA, SERGIO: **Turismo y Ecología México**. Edit. Trillas, 1990
- POON, AULIANA: **Tourism, Techadogy and Compotitive Strategies Inglaterra**.
Universi dad de Sussex, 1993
- TURNER Y ASH: **La Horda Dorada**. España, Turismo y Sociedad, 1991