

**DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO PARA LA CONSTRUCCIÓN DE
ESTRATEGIAS PARA UN PLAN DE MANEJO TURÍSTICO DENTRO DEL
MARCO DEL DESARROLLO SOSTENIBLE DE ISLA FUERTE, CARIBE
COLOMBIANO**

ADRIANA CAROLINA LUQUE FORERO

**FABIO GÓMEZ D. MSc
DIRECTOR**

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE ESTUDIOS AMBIENTALES Y RURALES
CARRERA DE ECOLOGIA
BOGOTA D.C**

2011

Agradecimientos

Agradezco a FIBDESS en convenio con la Javeriana y la Fundación Ecotrek, a Fabio Gómez, Michel Estefan, Jorge Mario Torres y Diana Jurado, por su apoyo en el proceso. A la comunidad de Isla Fuerte, por su hospitalidad y empeño en la ejecución de este proyecto. Y a mi familia, por siempre estar presente y dispuesta a colaborar en la elaboración de este documento

Resumen

El turismo se ha venido desarrollando en los últimos años como una actividad económica productiva, trayendo consigo aportes a las tasas de empleo, y así mismo contribuciones positivas al PIB tanto a nivel mundial como nacional de varios países, por lo que se ha considerado hoy en día una actividad de esperanza económica para muchas regiones, en especial para la latinoamericana. No obstante, es importante reconocer que el turismo a lo largo de su historia ha venido interviniendo los ecosistemas y sus recursos, generando impactos ambientales negativos, que afectan la sustentabilidad tanto de la actividad como de las comunidades anfitrionas, por la falta de organización y gestión de las mismas, lo que hace necesario llevar a cabo procesos de planeación participativa que permita el desarrollo sostenible de la actividad; minimizando los efectos negativos sobre el ambiente y la actividad como tal, y potenciando los positivos.

Isla Fuerte es un corregimiento del municipio de Cartagena-Bolívar, cuya actividad económica más representativa es el turismo; la cual a pesar de haberse definido como ecoturismo, la comunidad consideró importante asegurar la implementación de un manejo acorde al desarrollo y crecimiento de la actividad turística, en donde se cuente con la participación de los isleños, dentro del marco de la sostenibilidad, logrando así generar unas estrategias que permitan diseñar el Plan de Manejo Turístico con un enfoque participativo, basado en la comprensión de los conflictos socio-ambientales y sus alternativas de solución propuestas por la comunidad.

Tabla de contenido

1.	Introducción	5
2.	Problema de Investigación	6
3.	Objetivos.	7
3.1.	Objetivo General.....	7
3.2.	Objetivos Específicos	7
4.	Marco de referencia.....	7
4.1.	Antecedentes.....	7
4.2.	Marco Institucional.....	8
4.3.	Marco Conceptual	9
4.4.	Marco Legislativo.....	13
4.5.	Área de estudio	14
5.	Marco Metodológico	16
5.1.	Fase de planeación	16
5.2.	Fase de Campo	17
5.2.1.	Métodos de recolección de información	17
5.3.	Fase de Análisis	18
5.3.1.	Métodos de análisis.....	18
6.	Resultados.....	19
6.1.	Para el Objetivo 1	19
6.1.1.	Perfil de los actores prestadores del servicio turístico.....	19
6.1.2.	Servicios Ecosistémicos	28
6.2.	Para el Objetivo 2	30
6.2.1.	Oferta	30
6.2.2.	Demanda.....	38
6.3.	Para el Objetivo 3	45
6.4.	Para el Objetivo 4	49
7.	Conclusiones	54
8.	Recomendaciones.....	55

9.	Referencias bibliográficas	57
10.	Anexos	60

1. Introducción

El turismo a nivel mundial, representa la tercera fuente de generación de divisas, después de actividades industriales como la automotriz o la petrolera (Dachary y Arnaiz, 2002), por ello es concebido hoy día como una de las esperanzas económicas para la región latinoamericana, ya que a nivel internacional esta actividad sigue siendo una de las industrias más prósperas de las últimas décadas (Guevara and Campos, 2009 y Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2008).

Sin embargo, ahora se reconoce que el turismo debe ser desarrollado y gestionado de manera participativa, controlada, integrada y sostenible, basado en una planificación en donde el equilibrio y la gestión de los factores internos y externos de la actividad conlleven al impulso del turismo responsable, puesto que, con este enfoque el sector puede generar importantes beneficios económicos a un área, minimizando graves problemas ambientales y sociales que afectan directamente a las comunidades anfitrionas sin olvidar, que uno de los objetivos importantes de la planeación del turismo es integrar el desarrollo de la actividad en la vida social y económica (Gunn, 2002; & Guevara y Campos, 2009).

En Isla Fuerte, la actividad turística no se encuentra organizada en términos de su administración y operación, observándose conflictos entre gremios y sus actores, quienes se encuentran desligados entre sí, prestando sus servicios de manera inadecuada sin control de normas que regulen la actividad, trayendo consigo un turismo desequilibrado que ha generado graves consecuencias a nivel social y ambiental.

Así pues, bajo el contexto anterior, se han desarrollado las estrategias para la organización de la actividad turística de Isla Fuerte- Bolívar, con el propósito de diseñar un Plan de Manejo Turístico con un enfoque participativo basado en la comprensión de los conflictos socio-ambientales y sus alternativas de solución, en donde se busca integrar a los actores prestadores del servicio turístico para que la actividad económica se desarrolle en el marco de la sostenibilidad, enfocada en el tipo de turismo más adecuado para la isla y su comunidad.

Para cumplir con lo anterior, se planteó esta propuesta, en el marco del proyecto de investigación que la Fundación para la Investigación de la Biodiversidad y el Desarrollo Social Sostenible (FIBDESS) en convenio con la Pontificia Universidad Javeriana y llevan desarrollando en la Isla desde el año 2001, en donde los objetivos de la presente se centran en establecer la oferta y demanda turística, identificando potenciales conflictos socio-ambientales que estén en detrimento de la sostenibilidad tanto de los aspectos económicos de la actividad turística y de los bienes y servicios ecosistémicos utilizados, a fin de proponer las estrategias generales para la formulación del Plan de Manejo Turístico de Isla Fuerte.

El diagnóstico participativo desde la comunidad para la construcción de dichas estrategias es la base para la construcción de un plan de manejo que permita la organización de la comunidad en torno al turismo como una de las principales actividades económicas.

2. Problema de Investigación

Isla Fuerte hoy en día cuenta con aproximadamente 1300 habitantes residentes, de los cuales 299 personas son prestadoras del servicio turístico directo, distribuidas en 9 gremios. Estos actores se encuentran desligados entre sí, sin una organización que potencie el turismo en la isla de manera sostenible, desarrollando la actividad sin ningún tipo de control, sin normas mínimas de uso y manejo y con muy bajo conocimiento del cuidado ambiental, por lo que los recursos ecosistémicos se ven amenazados, afectando la sustentabilidad del territorio y de la actividad, reflejados en potenciales conflictos socio-ambientales¹.

Lo anterior se debe a actividades turísticas desordenadas, desarrolladas inadecuadamente, además de no contarse con los estudios de capacidad de carga y falta de una normativa que regule las operaciones turísticas en Isla Fuerte, entre otros. Esta situación ha generado un turismo de competencia desequilibrada y desleal, en donde a medida que aumenta la oferta turística la ganancia económica se ve afectada negativamente, concentrándose en unos pocos actores, lo que ha traído graves consecuencias a nivel social (prostitución infantil, ingreso de drogas y aumento en su consumo, etc.) y ambiental, (deterioro de los ecosistemas terrestres y marinos base de sus recursos).

Bajo el contexto anterior se ha planteado el interrogante: ¿Cuáles son las características de la actividad turística y que estrategias plantea la comunidad para la construcción del plan de manejo turístico de Isla Fuerte, dentro del marco de la sostenibilidad?

La formulación de estas estrategias es la base para la construcción de un plan de manejo que permita la organización de la comunidad en torno al turismo como una de las principales actividades económicas; el proceso de planeación debe ser participativo para garantizar que se construya desde la comunidad, minimizando los efectos sobre los recursos ecosistémicos, la sostenibilidad y la actividad turística.

1. Se entiende por conflictos socio-ambientales las situaciones sociales en las que al menos dos partes se esfuerzan en el mismo momento y lugar, por adquirir el mismo conjunto de recursos ecosistémicos a través de acciones conscientemente previstas que les permitan lograr sus respectivas metas (Torres, 2005).

3. Objetivos.

3.1. Objetivo General

Realizar un diagnóstico participativo para la construcción de estrategias dirigidas a la construcción de un Plan de Manejo Turístico en el marco del desarrollo sostenible para Isla Fuerte, Caribe Colombiano.

3.2. Objetivos Específicos

- Caracterizar los principales actores prestadores del servicio turístico y los servicios ecosistémicos de los que hace uso en la actividad turística.
- Describir la oferta y demanda turística de Isla Fuerte
- Identificar los potenciales conflictos socio-ambientales que existen actualmente entre los actores prestadores del servicio turístico.
- Diseñar con un enfoque participativo estrategias que integren eficientemente a los actores prestadores del servicio turístico y que permitan el desarrollo del turismo en el marco de la sostenibilidad

4. Marco de referencia

4.1. Antecedentes.

Los primeros esfuerzos para el ordenamiento de la actividad turística fueron desarrollados por Cifuentes en 1984, quien formuló la metodología de Capacidad de Carga, siendo ésta la más utilizada, incluso en la actualidad; sin embargo ha sido bastante reevaluada ya que no se ve una relación entre el número de visitas y los impactos en el ambiente y la comunidad (Rome, 1999).

Por ello, en Estados Unidos y bajo conceso de muchos autores a partir de 1989 (Lindberg et. al, 1997; Borrie et. al 1998, entre otros), desarrollaron una metodología llamada Límites Aceptables de cambio (LAC), la cual es participativa y permite establecer indicadores de tipo social y ambiental para el monitoreo de la actividad turística (Rome, 1999).

Ahora a nivel nacional, se encuentran dos documentos importantes desarrollados por las autoridades ambientales que competen a Isla Fuerte. El Plan de Manejo del Área Marina Protegida de los Archipiélagos de Rosario y San Bernardo, en el que se incluye Isla Fuerte, en resolución 679 de 2005, publicado por el MAVDT en 2007, el cual se formuló bajo el contexto de la creciente y múltiple presión que las regiones costeras reciben por el desarrollo humano, elaborando estrategias integradas de planificación y manejo, a fin de contrarrestar los urgentes problemas que con el pasar del tiempo han llegado a ser más complejos e interrelacionados. En este documento se establece una zonificación para la Isla con base en

unidades de manejo, en donde algunas de estas contemplan las actividades turísticas como posibles alternativas de uso.

Y el Sistema de Gestión Ambiental (SIGAM) para el archipiélago Islas del Rosario, San Bernardo e Isla Fuerte, que la Corporación Autónoma Regional del Canal del Dique (CARDIQUE) publicó en el 2010, en el que se formularon las actividades necesarias para controlar, mitigar o compensar los problemas ambientales, planteando las estrategias de acción ambiental municipal, los programas y proyectos, el sistema de seguimiento al proceso y la selección de indicadores para la gestión ambiental. Dentro del documento se reporta que la actividad turística ha venido modificando la estructura insular tradicional que se basaba en los sectores agrícola y pesquero, y así mismo menciona un acelerado deterioro de los ecosistemas a causa, entre otros, por el turismo (CARDIQUE, 2010).

Más en detalle, se han realizado varios estudios, entre ellos, Sarasti, (2004) y Ramos et al, (2004) quienes en sus investigaciones realizaron una caracterización de la demanda y oferta ecoturística de Colombia analizando el potencial que tiene el país para el mercado europeo. Aguilera (2006), hizo una revisión de las políticas de turismo en el país identificando su importancia en la economía, para luego, determinar las acciones que se deben reforzar en la región Caribe para lograr el desarrollo de este sector. Finalmente en la Planeación integral de zonas marinas protegidas de mayor trascendencia en el Caribe, se han adelantado estudios que determinan las debilidades de la actividad turística de la zona (Aguilera et al, 2006).

Por otro lado, Morales, (2007), y Such et al, (2009) elaboraron documentos sobre el turismo en Colombia, haciendo una reflexión sobre la contribución de la actividad a la economía nacional, y así mismo una caracterización de la composición y tipologías de la oferta doméstica. A nivel local, Ortiz en 2007 estableció el estado de la actividad turística que actualmente se desarrolla en la isla. Así mismo, Quintero en 2008, en el marco de la práctica social realizó un trabajo de identificación de problemas en el contexto turístico con alumnos de INSTEDIF, así como la implementación de las fichas técnicas para los puntos turísticos.

4.2. Marco Institucional

En el ámbito del turismo y su desarrollo sostenible encontramos en primera instancia a la Organización Mundial del Turismo (OMT) un organismo especializado de las Naciones Unidas y que representa la principal institución internacional en el campo del turismo. La OMT desempeña un papel central y decisivo en la promoción del desarrollo de un turismo responsable, sostenible y

accesible para todos, prestando especial atención a los países en desarrollo (OMT, 2010).

La OMT promueve el cumplimiento del Código Ético Mundial para el Turismo, con miras a garantizar que la actividad maximice los efectos económicos, sociales y culturales positivos así como sus beneficios, reduciendo a la vez al mínimo los impactos ambientales y sociales negativos. Dentro del código se enuncian los principios que deben guiar el desarrollo del turismo para servir como marco de referencia para los diferentes interesados en el sector del turismo

A nivel nacional, y en relación con la Organización Mundial del Turismo (OMT) y las redes internacionales, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, busca como objetivo fundamental el fomento y desarrollo del turismo, contribuyendo al crecimiento económico y el desarrollo del país como una de las actividades de mayor proyección en el país. Para ello, se formuló la política nacional de turismo en el marco del Plan sectorial de turismo 2008-2010 bajo el lema “Colombia, destino turístico de clase mundial” (MINCOMEX, 2008).

Es importante tener en cuenta el papel que cumple cada una de las diversas instituciones tanto gubernamentales como no gubernamentales en el área en la que se desarrolla este proyecto. En el ámbito Ambiental, Isla fuerte hace parte del Área Marina Protegida (AMP) Corales del Rosario, de jurisdicción del Ministerio del Medio Ambiente y Desarrollo Territorial, al mismo tiempo es un corregimiento del Municipio Turístico de Cartagena, por lo que tiene jurisdicción sobre ella de la Alcaldía Mayor de esta, y por tal razón también se encuentra la CARDIQUE, en lo que respecta a la porción terrestre.

A nivel no gubernamental Isla Fuerte cuenta con el apoyo del Instituto de Investigaciones Marinas (INVEMAR) y el trabajo de fundaciones como FIBDES, Fundación Ecotrek, que en convenio con la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá brindan aportes investigativos en diversos campos. Como figura interna, en Isla Fuerte se encuentra el Instituto Educativo de Isla Fuerte INSTEDIF, que por medio del servicio nacional de aprendizaje (SENA), realizan capacitaciones a los jóvenes de 9 a 11 grado en el campo de la media técnica con énfasis en ecoturismo.

4.3. Marco Conceptual

4.3.1. Turismo

El turismo está definido como un fenómeno social que radica en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, motivados por la recreación, el descanso, la cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, sin ejercer ninguna actividad lucrativa ni remunerada, pero sí

generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural (de la Torre, 1980).

Según Sancho (2000) la actividad turística es el resultado de las interrelaciones complejas entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, es decir, es el conjunto de elementos que interrelacionados entre sí evolucionan dinámicamente. Son cuatro elementos básicos los que el autor propone: la demanda que hace referencia al conjunto de consumidores de los bienes y servicios turísticos; la oferta que se refiere al conjunto de productos, servicios y organizaciones involucradas activamente en la actividad turística; el espacio geográfico que se entiende como la base física donde tiene lugar la conjunción entre la oferta y la demanda, y los operadores del mercado que son las empresas y organismos que facilitan la interrelación entre la oferta y la demanda.

El turismo es, sin duda, hoy día una de las industrias más prósperas del mundo, hasta el punto de ser considerada por algunos autores como la segunda actividad mundial más importante después de la industria del petróleo y sus sectores derivados (Altés, 1993 *en* Sancho, 2006). A nivel mundial, el turismo representa el 9% del PIB mundial, generando más de 235 millones de empleos (directos-indirectos), equivalentes al 8% del total de empleos (OIT, 2010).

Según el barómetro mundial de turismo de la Organización mundial de turismo (OMT, 2010), el número de llegadas de turistas internacionales en todo el mundo entre Enero y Agosto de 2010 fue de 642 millones. En el contexto de América, en el 2007 recibió el 15,8% de los turistas internacionales, de los cuales el 14,2% llegó a Suramérica. Para Enero-Agosto de 2010, según el barómetro de la OMT, América del sur ha aumentado en un 7% respecto al año anterior, manteniéndose igual que el alza promedio mundial. Para el caso de Colombia en el 2007 el sector contribuyó con el 2.2% del total del PIB, y generó 380.000 empleos directos, equivalente al 2.2% del total de empleos en el país (Morales, 2007).

Ahora bien, en el marco de un turismo sostenible, varios autores, reconocen hoy día, que el modelo de desarrollo turístico resuelve en el corto plazo un problema de empleo, pero a mediano plazo surgen los costos, externalidades y peor aún a largo plazo se transforman en centros turísticos en crisis, en lugares deteriorados (Dachary y Arnaiz, 2002). Por lo anterior se ha planteado la necesidad de realizar modelos turísticos sustentables, es decir viables en el mediano y largo plazo, con el fin de minimizar los efectos negativos de la actividad.

De modo que, al reconocer las fallas del modelo, la actividad turística retoma el concepto de desarrollo sustentable (WCED, 1987 *en* Godínez, 2003) y lo adapta para impulsar un nuevo modelo para la actividad turística: el turismo sostenible.

De este modo, el turismo sostenible se define como “un modelo de desarrollo económico concebido para mejorar la calidad de la comunidad receptora (comunidad local), para facilitar al visitante una experiencia de alta calidad y mantener la calidad del medio ambiente del que tanto la comunidad anfitriona como los visitantes dependen” (Arnaiz et al., 2001 *en* Godínez, 2003).

Es importante mencionar que el concepto de desarrollo sostenible parte de la premisa según la cual las condiciones medioambientales deben mantenerse igual o en mejor condición después de terminada cualquier actividad. Así pues, el desarrollo sostenible se encamina a satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la posibilidad de satisfacciones propias de las generaciones futuras (Sarasti, 2004 y Sancho, 2000).

De modo que el turismo en relación al desarrollo sostenible, está enmarcado en atender a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras, a la vez que protege y fomenta las oportunidades para el futuro (OMT *en* Ariño, 2006), y así mismo la planificación del turismo y su desarrollo deben ser parte de las estrategias del desarrollo sustentable de una región, provincia o nación (Sancho, 2006).

Aunque en general los términos sostenible y sustentable se utilizan indistintamente, es necesario aclarar que existe una diferencia fundamental en su concepción: el primero se refiere a que las actividades que se emprenden en el turismo tengan una continuidad en el tiempo a largo plazo sin afectar los recursos para las generaciones futuras y el segundo tiene que ver con la base ambiental, social y económica que permite que esta sea posible (Quintero 1998).

Por otro lado, es preciso tener en cuenta los criterios de turismo sostenible de nivel mundial que la Fundación de las Naciones Unidas presentó en el Congreso Mundial de Conservación de la UICN. Los criterios fueron desarrollados por la Alianza para los Criterios Globales de Turismo Sostenible (GSTC), y se centraron en cuatro ámbitos que los expertos recomiendan como los aspectos más importantes del turismo sostenible: maximizar los beneficios sociales y económicos del turismo para las comunidades locales, reducir los impactos negativos sobre el patrimonio cultural, reducir el daño al medio ambiente y planificar la sostenibilidad (Turner, 2008).

4.3.2. Servicios ecosistémicos

Por servicios ecosistémicos se entiende “las condiciones y procesos a través de los cuales los ecosistemas naturales y las especies que los integran, sustentan y satisfacen la vida humana” (Daily, 1997 *en* Godínez, 2003). Dicho concepto surge en la importancia de enfatizar que las poblaciones humanas dependen de los

ecosistemas para el mantenimiento y satisfacción de sus necesidades, puesto que de los ecosistemas, se derivan los bienes que el hombre consume; ellos soportan a la vida en general y contribuyen al bienestar humano, por lo cual son considerados un capital natural invaluable, que puede seguir abasteciendo de bienes y servicios a los humanos en la medida en que éstos sean bien administrados (Balvanera y Daily, en prensa *en* Godínez, 2003).

En el 2003, La Evaluación de los Ecosistemas del Milenio (EM) define los servicios ecosistémicos como los beneficios que la gente obtiene de los ecosistemas, clasificados éstos como servicios de aprovisionamiento (alimentos y agua), servicios de regulación (regulación de inundaciones, sequías entre otros), servicios de apoyo (formación de suelos y ciclo de nutrientes), y servicios culturales (beneficios recreativos, no material, espiritual, religiosa y otras).

Lo anterior lo adapta la Política Nacional de Biodiversidad, expedida por el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial (MAVDT) en el 2010, entendiendo por recursos ecosistémicos los beneficios directos e indirectos que la humanidad recibe de la biodiversidad; son el resultado de la interacción entre la estructura, la composición y el funcionamiento de los sistemas ecológicos (biodiversidad).

Los servicios ecosistémicos se reconocen como el puente de unión entre la biodiversidad y el ser humano, ya que han contribuido directa y/o indirectamente al desarrollo de las actividades humanas de producción, extracción, asentamiento y consumo (MAVDT, 2009). Por lo tanto, es importante mencionar que la capacidad de los sistemas ecológicos para abastecer servicios ecosistémicos y asegurar así la sostenibilidad de los sistemas sociales, depende del mantenimiento de la capacidad adaptativa (resiliencia) (Walker et al. 2002 *en* MAVDT, 2009) que éstos tengan ante los disturbios y los cambios generados por las actividades humanas y los eventos naturales (MAVDT, 2009).

Ahora bien, dentro de la misma Política Nacional de Biodiversidad se entiende que el sector turismo depende de la belleza escénica, por lo que ha sido integrado en los servicios culturales. En este campo, se observan tendencias en el país a un crecimiento en el turismo enfocado a la visita a regiones naturales estimándose que los beneficios totales anuales por ecoturismo oscilan en un rango entre \$2.3 y \$6.9 mil millones de pesos (MAVDT, 2009).

4.3.3. Participación de la comunidad

La participación de la comunidad local, se considera importante en el desarrollo de un proyecto turístico, puesto que representa una herramienta de conocimiento y

conservación, siendo la comunidad quien mejor conoce la zona, sus características y dinámicas, así como las alternativas viables y diversas de explotación de los recursos (Ortiz, 2007). Del mismo modo, Durston y Miranda (2002), reflexionan sobre el potencial de la investigación participativa, mencionando que ésta apunta a la producción de conocimiento, articulando de manera crítica los aportes de la ciencia y del saber popular, cumpliendo el fin de reorientarlos hacia la acción transformadora de la realidad.” (Durston y Miranda, 2002).

Es así como nos encaminamos hacia el Desarrollo Participativo Rural (DRP) que surge a finales de los años setenta, como parte del desarrollo rural rápido (DRR) cuyo objetivo era atender el conocimiento local técnico referente a lo agrario, convirtiéndose luego en un medio que permite el estímulo y apoyo a grupos sociales para explorar, analizar y evaluar en un plazo de tiempo razonable sus limitaciones y potencialidades de desarrollo, así como en la toma de decisiones fundamentales en la realización de proyectos de desarrollo (Geilfus, 1998).

4.3.4. Plan de manejo

Se entiende por plan de manejo a la suma de tareas técnicas y científicas cuyo fin es elaborar acciones, controles y medidas que aseguren la conservación de los ecosistemas sometidos a su régimen (Boullón, 2006); más aún es importante mencionar que los planes de manejo deben desarrollarse en un proceso interactivo de planificación, en donde se vea incluida y reflejada la participación de las poblaciones locales (Ledec, 1992). O bien, como lo afirma Garrod (2003) el enfoque de planificación participativa implica un reconocimiento de la necesidad no sólo para asegurar que los actores locales se convierten en los beneficiarios del desarrollo del turismo, sino también para integrarse plenamente en la planificación y procesos de gestión.

4.4. Marco Legislativo

La Ley 300 de 1996, rige a nivel nacional como Ley General de Turismo, la cual en su primer Artículo 1, menciona la importancia de esta industria para el desarrollo del país, declarando por tanto la protección especial del estado hacia la actividad turística (Ley 300 del 96).

En el Artículo 2 se enumeran los principios generales de la industria turística, de los cuales es pertinente mencionar los puntos 4 y 5, que tratan de la planeación y la protección al ambiente respectivamente (Ley 300 del 96).

A lo anterior se debe tener en cuenta el párrafo del artículo 27, que dictamina: “en aquellas áreas naturales de reserva o manejo especial, distinta al Sistema de Parques que puedan tener utilización turística, el Ministerio de Medio Ambiente

definirá, conjuntamente con las autoridades de turismo, las regulaciones, los servicios, las reglas, convenios y concesiones de cada caso, de acuerdo con la conveniencia y compatibilidad de estas áreas” (Ley 300 del 96).

Es importante mencionar la Ley 1101, 2006 la cual reforma la Ley general de Turismo del 96, mediante la cual se dicta la destinación de más recursos al sector.

Por otro lado es preciso tener en cuenta la Política Nacional Ambiental para el Desarrollo Sostenible de los Espacios Oceánicos y las Zonas Costeras e Insulares, la cual nace como una propuesta de estrategias integradas de planeación, en pro de combatir la creciente múltiple presión que se ejerce sobre las regiones costeras, que va en paralelo con el desarrollo sectorial productivo (MAVDT, 2001)

Por otra parte, es de importancia nombrar la Norma Técnica Sectorial de Turismo Sostenible, expedida por el ICONTEC, en función de atender una demanda turística cada vez más exigente, bajo el enfoque de un turismo sostenible; así pues en virtud del artículo 69 de la Ley 300 de 1996 el Ministerio de Comercio Industria y Turismo y la Universidad Externado han formado la Unidad Sectorial de Normalización en sostenibilidad turística, que rige tanto para destinos como prestadores de servicios, con el objeto de proponer normas que promuevan prácticas sostenibles (NTS-TS, 2006).

4.5. Área de estudio

Isla Fuerte es un corregimiento del Municipio de Cartagena, se encuentra ubicado en el costado sur de la plataforma continental del Caribe Colombiano, al suroeste del golfo de Morrosquillo, (Figura, 1) separada del Distrito Turístico de Cartagena por 150 km, estando a sólo 11 km de Paso Nuevo, Córdoba, la costa continental más cercana (Gonzales *et al.*, 2007).

Esta zona se encuentra al nivel del mar, presentando un pico máximo de 30 metros sobre el nivel del mar, cuyas variaciones climáticas se deben a la oscilación norte-sur de la Zona de Convergencia Intertropical (ZCIT) presentando así un régimen unimodal de lluvias (Correa, 2007), un clima cálido y semi-seco, con temperaturas promedio de 25° a 30°C y una precipitación anual entre los 900 – 1330 mm. Según la clasificación de zonas Ecológicas de Holdridge, Isla Fuerte se considera como unidad de Bosque seco tropical Bs-T (IGAC, 1995 en FIBDESS 2006).

La isla es una plataforma calcárea de origen coralino levantada con una superficie insular de 13 km², de los cuales solo 3,5 km² se encuentran emergidos. Esta hace parte de un cordón discontinuo de islas y bajos (Salmedina – Rosario Tortuga –

San Bernardo – Isla Fuerte) que se prolonga por casi 100 Km entre Cartagena e Isla Fuerte (Ortiz, 2007).

Con excepción de las formaciones coralinas, la línea costera está constituida por arena fina con alto porcentaje de fango acarreado desde la boca del río Sinú, permitiendo la aparición de un bosque seco tropical. Adicionalmente, existe un aporte de aguas con grandes cantidades de sedimentos provenientes de la bahía de Cartagena, producto de la desembocadura del canal del Dique. Por otra parte, entre las diferentes coberturas presentes en la isla, el manglar ocupa un total de 59,1 ha, que corresponde al 20,5% del área total de la isla (Mejía 2002, *en* Escobar 2007)

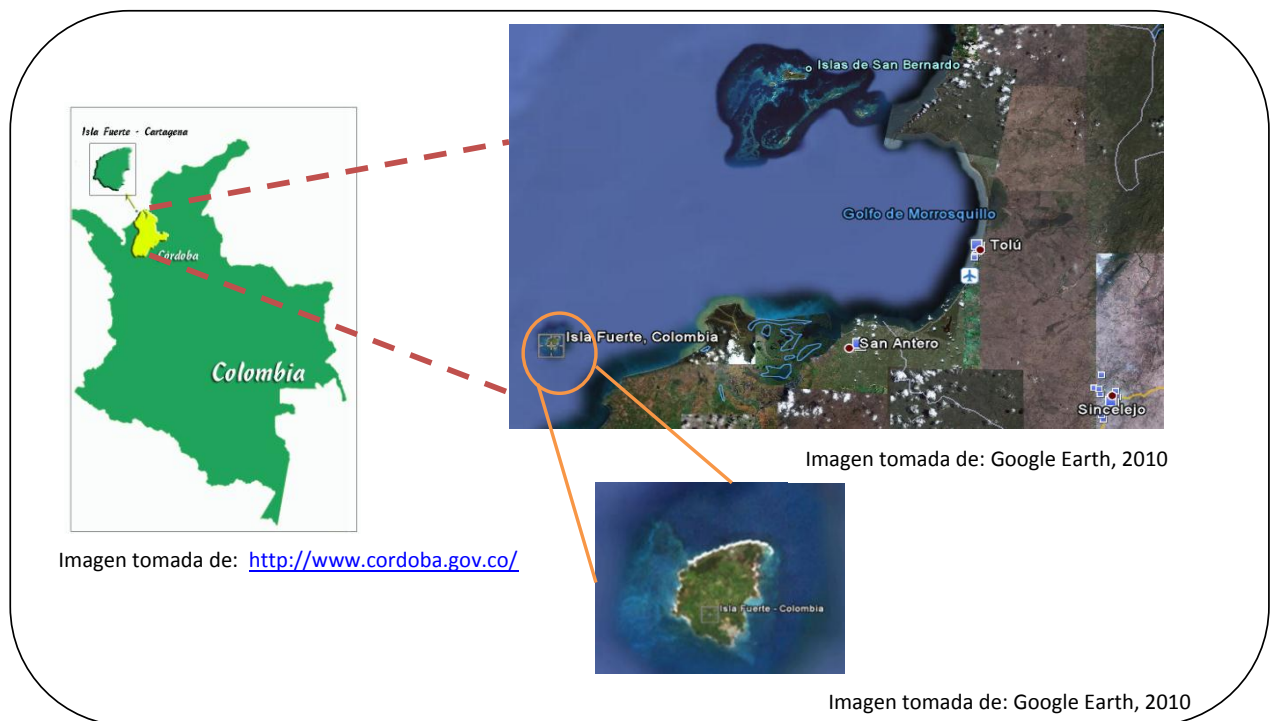


Figura 1: Ubicación geográfica del área de estudio – Isla Fuerte

En lo que respecta a la densidad poblacional de Isla Fuerte, se estima un total de 1123 habitantes distribuidos en 3.5 Km², con una población principalmente afroamericana, de habla hispana influenciada por zonas del continente como Cartagena (Bolívar), Paso Nuevo y San Bernardo del Viento (Córdoba) y que consta principalmente de pescadores, navegantes, agricultores y receptores de turismo (CARDIQUE, 2010).

Sin embargo, aproximadamente la mitad de la población no es nativa de la Isla, pues proviene de las costas más cercana, como Moñitos, Culebras, Lorica, Montería entre otros sitios, debido en gran parte a los fenómenos de violencia y

desempleo que vive la zona Caribe Colombiana; además la mayoría de las personas carecen de los principales servicios públicos (agua potable, alcantarillado y energía); la salud presenta deficiencias en sus servicios y equipamiento, y la educación es uno de los sectores más preocupantes (FIBDES 2006). Las actividades productivas son pocas siendo la pesca la actividad más importante junto con el turismo, recibiendo al año 2.240 turistas; y en menor medida se encuentra la agricultura y el comercio de frutas y hortalizas (FIBDES 2006 y CARDIQUE, 2010).

5. Marco Metodológico

El desarrollo del presente proyecto se realizó en tres fases principales, que corresponden en su orden a la fase de planeación, la fase de campo y la fase de análisis y escritura del documento (Figura 2).

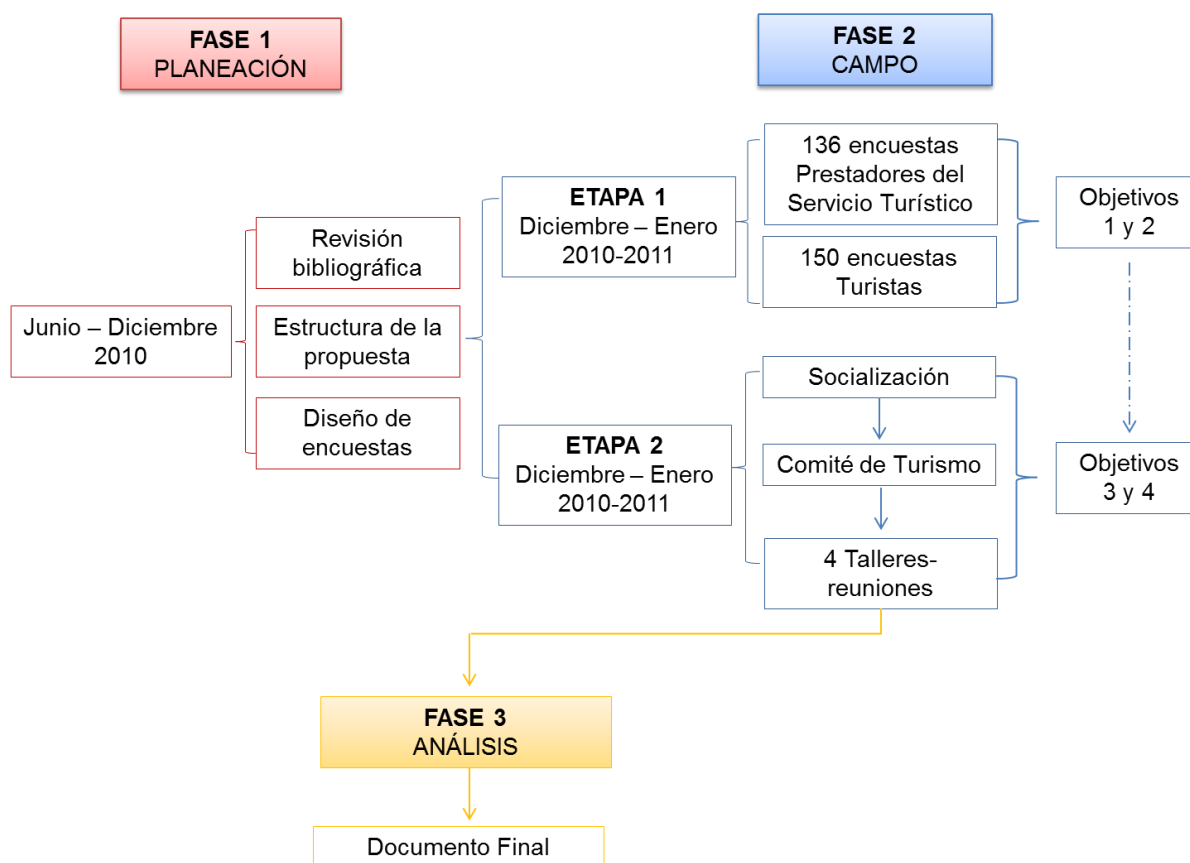


Figura 2: Diagrama metodológico – Isla Fuerte

5.1. Fase de planeación

La primera fase se llevó a cabo durante el período de Junio a Diciembre de 2010, tiempo en el cual se realizó una revisión bibliográfica y se estructuró la propuesta

a desarrollar. Dentro de esta fase se diseñaron las encuestas, que luego fueron ejecutadas en la etapa 1 de la fase 2 del proyecto (Anexo 1 y 2).

5.2. Fase de Campo

Esta, consistió en el levantamiento y/o recolección de la información, y se llevó a cabo en dos etapas de tiempo diferente, desarrollándose la primera parte del 16 de Diciembre de 2010 al 16 de Enero de 2011, y la segunda parte ejecutándose del 4 de Abril al 16 de Abril de 2011.

Durante el primer período, que concuerda con una de las temporadas más altas de turismo en la Isla, se llevaron a cabo 136 encuestas a prestadores del servicio turístico de Isla Fuerte de 299 actores identificados y 150 encuestas a diferentes turistas llegados a la región de 746 que llega por temporada, es decir se muestreó a un 45% y 20% respectivamente de la población objetivo; con el fin de caracterizar los principales actores prestadores del servicio turístico, e identificar la oferta y demanda turística de Isla Fuerte.

Con base en los resultados obtenidos, en la segunda etapa se realizó en primera instancia la socialización con los isleños de dichos resultados, con el fin de reunir representantes de la comunidad para conformar un comité de turismo para la ejecución de 4 talleres-reuniones, en los que se evaluaron los temas referentes al turismo, y se propusieron estrategias para el ordenamiento de la actividad.

Es importante aclarar que el nombre de talleres-reuniones se debe a la poca credibilidad por parte de la comunidad frente a los talleres participativos, debido al gran número de instituciones que han utilizado estos métodos sin mostrar resultados concretos a la comunidad, por la falta de un seguimiento y una continuidad en los procesos iniciados; encontrándose por tanto como mejor estrategia el termino de reuniones, las cuales mantuvieron la esencia de un taller DRP, basados en Geilfus, (2005).

5.2.1. Métodos de recolección de información

El proyecto empleó técnicas cuantitativas y cualitativas, con el objeto de obtener información estadística precisa de la oferta y demanda turística, y así mismo obtener el enfoque participativo objeto de este estudio.

Para la recopilación de datos se recurrió básicamente a las técnicas de la encuesta, y talleres DRP, siendo la primera una técnica cuantitativa y la siguiente una técnica cualitativa. Es preciso aclarar que en la metodología es aceptable la utilización de ambos métodos, denominados "*métodos híbridos*", siempre y cuando éstos sean los más adecuados para alcanzar los objetivos del investigador (Cantrell, 1999; Gutiérrez, 2002 *En* Godínez, 2003). Precizando que mediante la investigación cualitativa "se busca entender los fenómenos sociales desde la

propia perspectiva de los actores involucrados en éstos” (Taylor y Bogdan, 1987 *En* Godínez, 2003).

Las encuestas planteadas (para operadores y turistas) fueron de tipo cuestionario estructurado, es decir, de preguntas predeterminadas abiertas y cerradas, con base en Galindo (1998) (Anexo1y 2).

Con el fin de recopilar información sobre los establecimientos turísticos y los servicios que en éstos se brindan, así como para obtener información referente al uso de los servicios ecosistémicos por parte del sector turismo, y los potenciales conflictos entre los operadores, se realizaron las 136 encuestas de manera personal y al azar, con los diferentes actores de los 9 gremios identificados que prestan un servicio turístico. Por cuestiones de alfabetización, el autor es quien hace la pregunta de manera verbal y toma nota de la respuesta.

Paralelo a lo anterior, y con el objeto de registrar información sobre la demanda, se aplicaron encuestas a un total de 150 turistas. Estas encuestas se aplicaron en los diferentes hoteles establecidos en la Isla, en los hospedajes de Puerto Limón, y en la playa Punta Arenas, donde llega el turista que sólo visita la Isla por un día; la encuesta fue diligenciada por el turista, teniendo en cuenta que de antemano se le preguntaba si ya conocía y/o había visitado los puntos turísticos de la Isla.

Finalmente se realizaron los talleres-reuniones DRP (Geilfus, 1998), con el comité de turismo (organizado en la segunda etapa de la fase de campo mediante los cuales se terminó de identificar a todos los actores directos del servicio turístico, sistematizados en una lista detallada, se analizaron los diferentes tipos de turismo y los recursos necesarios y la identificación de los conflictos entre gremios dando solución a éstos.

5.3. Fase de Análisis

Durante esta etapa se realizó el análisis de los resultados obtenidos en la fase de campo, y se escribió el presente documento.

5.3.1. Métodos de análisis

Para el análisis de los datos obtenidos mediante las encuestas, se realizó un análisis de frecuencia de las respuestas por parte de los operadores y turistas, sistematizando así en porcentajes los datos recogidos. El análisis de datos cualitativos consiste en identificar, las ideas significativas (códigos), que sean representativas de los datos. Esta categorización es sistemática y busca patrones primarios (palabras, frases, comportamientos, pensamientos, etc.) que se repiten y sobresalen en el texto. Tal categorización puede estar basada en una lista de códigos creados previamente o crearse posteriormente a la recolecta de datos (Bermejo, 1998 *En* Godínez, 2003).

6. Resultados y Discusión

6.1. Para el Objetivo 1

Caracterizar los principales actores prestadores del servicio turístico y los servicios ecosistémicos de los que hacen uso en la actividad turística.

Con base a los resultados obtenidos de las encuestas realizadas, y la ayuda de José David Molina (guía de Isla Fuerte), se elaboró una lista detallada por gremios de todos los actores prestadores del servicio turístico, la cual fue evaluada y corroborada en conjunto con el Comité de turismo formado en la segunda etapa de la fase de campo.

De lo anterior se establece para el primer semestre de 2011 un aproximado de 299 actores distribuidos en 9 gremios, es decir el 27% de la población isleña está activa en términos laborales en la prestación de servicios turísticos directos en las temporadas altas, que corresponden al mes de Diciembre-Enero, Semana Santa y Junio-Julio; precisando que hay que tener en cuenta que estos valores pueden cambiar en ciertos momentos debido a la plasticidad que tienen los isleños en termino de sus funciones; dependiendo de las necesidades y/u oportunidades, se observa que una misma persona ejerce diferentes funciones y/u oficios como prestador del servicio turístico.

6.1.1. Perfil de los actores prestadores del servicio turístico

Recordando que fueron encuestados 136 actores prestadores del servicio turístico directo, es decir el 45% de la población objetivo (299 actores prestadores del servicio), a continuación se dispondrá a realizar el perfil de los mismos.

6.1.1.1. Aspectos sociales

El gremio de guías está conformado por 20 personas, y no se encuentra organizado en turnos para prestar el servicio de guianza, es decir, es un grupo conformado por personas independientes que a la llegada del turista buscan ofertar sus productos turísticos, que está definida como una guianza que consta de una caminata a los puntos turísticos y/o alrededor de la Isla, y la posibilidad de caretear en los arrecifes coralinos, siendo el mismo guía quien les alquila los equipos, esto con una falencia importante en infraestructura, equipamiento y personal capacitado (IICA, 2009).

Se registró un total de 22 hospederos, un gremio conformado en gran parte por familias, independientes entre sí, que tienen cabañas rústicas ubicadas dentro del pueblo, e incluso en su mayoría dentro o muy cerca del terreno de sus viviendas. Todo el gremio ofrece el servicio de alojamiento, pero sólo en algunas de las cabañas se ofrece también el servicio de alimentación.

El gremio de rancheros (restaurantes en la playa), está conformado por 37 personas, siendo 16 de ellas dueños de rancho y 21 los ayudantes, que en su mayoría son miembros de la familia, o en su defecto amigos muy cercanos; por lo que cabe anotar, que en general las ranchas han mantenido a los mismos dueños de familia a lo largo de varios años, puesto que es un trabajo, en su mayoría, heredado entre los miembros del hogar. Las ranchas están ubicadas en Punta Arenas, la playa más cercana al pueblo, y prestan el servicio de almuerzo sólo en temporadas altas.

El gremio de lancheros está conformado por 26 hombres y se “divide” en capitanes y sus ayudantes, quienes están relacionados entre sí, por lo general, por lazos de amistad. Este grupo presta el servicio de transporte marítimo entre Paso Nuevo e Isla Fuerte y viceversa, y se encuentra organizado en unos turnos establecidos para salir en los diferentes días de épocas de temporada baja. Es decir se ha denominado lancha de turno (la lancha del pueblo), saliendo sólo una por día de la Isla a las 6:14 am, y regresando la misma a la 1:00 pm., de modo que si se requiere de transporte en temporada baja y a una hora diferente se debe contratar un expreso. No obstante, es importante enfatizar que esta organización sólo funciona en épocas de temporada baja, ya que, cuando llega el tiempo de turismo, los turnos se pierden, pues cada capitán con su ayudante realiza varios viajes en el día, haciendo su oferta al mejor precio posible para los turistas que arriban a Paso Nuevo (poblado del continente desde donde se desplaza la mayoría de turistas), generando desorden, competencia desleal y permanentes disputas entre los lancheros, además del disgusto del turista por el asedio de los prestadores.

Los artesanos son en total 13 individuos, son un gremio conformado por personas independientes, sin un espacio establecido para vender sus artesanías, por lo que en general, en la temporada turística, promocionan artículos caminando en la playa, visitando los hospedajes del pueblo y recorriendo la Isla, por las cabañas (casas de verano pertenecientes a personas que han adquirido predios en La Isla) y hoteles establecidos. Cabe mencionar que no todos los artesanos interactúan de manera directa con el turista, puesto que, son varios los que venden la mano de obra a los artesanos más activos en el mercado.

El gremio de oficios varios está conformado por gente que en la actividad turística se dedica a acarrear maletas, surtir ranchas, colaborar en hoteles, entre otros oficios. Son 16 personas independientes, y que por lo general no tienen vínculo directo con personas de otros gremios, es decir, el oficio es demandado a quien esté al alcance en el lugar y momento solicitado.

Las cocineras, son 35 mujeres que ya están contratadas por los hoteles y cabañas por lo que la prestación de sus servicios depende de la llegada de los turistas-dueños de cabaña de recreo.

Los cuidanderos, son 39 familias contratadas por los hoteles y dueños de cabañas (casas de verano), cuyo rol es vigilar la casa, pero también en varias ocasiones, la mujer del hogar es la misma cocinera y señora del servicio de aseo.

El grupo llamado variedades, está conformado por 40 personas, distribuidas en grupos más pequeños, tales como: venta de cocadas, jugos, frutas, fritos, comidas rápidas, trencitas y masajes; todos independientes entre sí, siendo un gremio oportunista en la temporada turística.

La mayoría de los encuestados se encuentra entre los 26 a 35 años y entre los 36 a 45 años representados en un 27% y 23% respectivamente.

Ahora bien, en una comparación de edades entre gremios (Figura 3), se puede observar que los guías en su mayoría son menores de edad, representando un 38% dentro del grupo, explicación que se puede encontrar gracias a la media técnica con énfasis en ecoturismo que los alumnos reciben en la Institución Educativa de Isla Fuerte, una opción que desde grado noveno hasta once se les da a los jóvenes de la Isla con el objeto de capacitarlos para una mejor opción de trabajo cuando finalice el bachiller, o bien para homologar cursos si siguen vinculados al SENA en su nivel educativo superior (CARDIQUE, 2010).

El gremio de oficios varios, abarca un segundo lugar en porcentaje de concentración de menores de edad, representando un 33%, lo que se puede explicar en una respuesta opuesta a la del gremio guías, puesto que, dicho oficio no requiere de mayor nivel educativo y los menores lo ven cómo una oportunidad de empleo para la temporada, así mismo cómo lo es para los jóvenes entre los 18 y 25 años, que abarcan el 44% en el gremio de oficios varios.

Dentro de las edades intermedias (de 26 a 35 y de 36 a 45 años), se encuentran los lancheros representados en un 54% (dentro del gremio) entre los 26 a 35 y los rancheros en un 36% con personas entre los 36 a 45 años, siendo los dueños de rancho los de mayor edad, y los ayudantes en su mayoría los que se concentran en edades menores, debido posiblemente a que son los hijos quienes colaboran en el oficio, o bien jóvenes familiares del dueño de rancho que buscan una oportunidad de trabajo en la temporada.

El gremio de las cocineras se concentra en un 40% de mujeres entre los 26 a 35 años, quedando un 40% de quienes están entre los 46 a 55 años, reflejando un vacío en las edades entre los 36 a 45 años quienes sólo representan el 10%;

resaltando, que el gremio junto a los artesanos son los únicos que no reportan ningún menor de edad, razón que se puede encontrar para el gremio de cocineras, en que cómo son contratadas por los hoteles o dueños de cabaña, éstos se rigen por la ley de no contratación de menores.

Los cuidanderos en un 42% se encuentran entre los 36 a 45 años, seguido del rango de edad entre los 26 a 35 años, con un 26%. En este gremio es importante decir que no se evidencian menores de edad, ya que las encuestas fueron aplicadas solo en adultos, pero es importante retomar que el gremio está compuesto en su mayoría por familias de edades relativamente jóvenes, en donde hay presencia de menores de 18 años, ello posiblemente debido a que los dueños de cabaña buscan una persona que tenga fortaleza física importante y sea responsable.

Los gremios con mayor concentración de personas mayores a 46 años son los hospederos, concentrados en un 54% del total del gremio, ya que en su mayoría cómo ya se había mencionado, el gremio está compuesto por familias cuyo negocio está al frente de la pareja de padres, donde los hijos son quienes ayudan en el oficio, incluso en ocasiones aprovechando que son guías, ofertan sus servicios a los huéspedes-turistas en su negocio.

Los artesanos se concentran en un 40% en aquellos de edad entre los 46 a 55 años, de modo que el restante de rango de edades se encuentra distribuido por igual porcentaje de actores (20%).

Finalmente el gremio de variedades se encuentra entre dos picos, quienes están entre los 18 a 25 años en un 36%, seguido de un 27% que representa los mayores de 56 años.

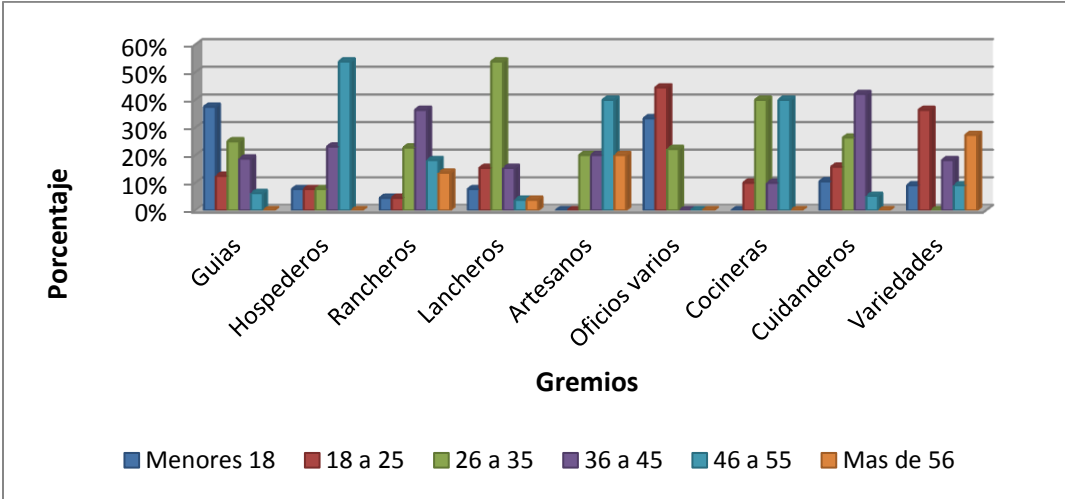


Figura 3: Comparación del rango de edades entre gremios – Isla Fuerte

En recopilación, los menores de edad se encuentran más presentes en el gremio de guías y oficios varios, los jóvenes (18 a 25 años) en oficios varios y variedades. Quienes se encuentran entre los 26 a 35 años son lancheros y cocineras principalmente, y aquellos entre los 36 a 45 años son cuidanderos y rancheros. Entre los 46 a 55 años se observa en alto porcentaje hospederos, artesanos y cocineras, y finalmente los mayores de 56 años, en el gremio de variedades y artesanos.

Aunque había unos trabajos tradicionales, tales como ser pescador y/o agricultor, el turismo ha generado una nueva oportunidad para los isleños desde hace 20 años que inició la actividad turística.

En cuanto al porcentaje por género, se estima que los hombres están más presentes en las actividades turísticas en comparación a las mujeres, representados en un 54% y un 46% respectivamente. Recalcando que parece ser que las actividades están distribuidas por género según la capacidad física de éste, ya que las mujeres representan en su totalidad el gremio de cocineras y variedades, mientras que los hombres abarcan en su totalidad el gremio de guías, lancheros, y oficios varios; lo que se puede explicar por ser una sociedad machista que relega a la mujer en trabajos tradicionalmente ejercidos por el género femenino (Figura 4).

En este punto llama la atención que en guías sean sólo hombres, ya que la media técnica la reciben todos los alumnos (niños y niñas) desde noveno a once grado; lo anterior puede posiblemente explicarse en un alto porcentaje de niñas embarazadas, pues se está hablando que el 25% de las mujeres embarazadas son menores de 18 años (FIBDESS, 2006).

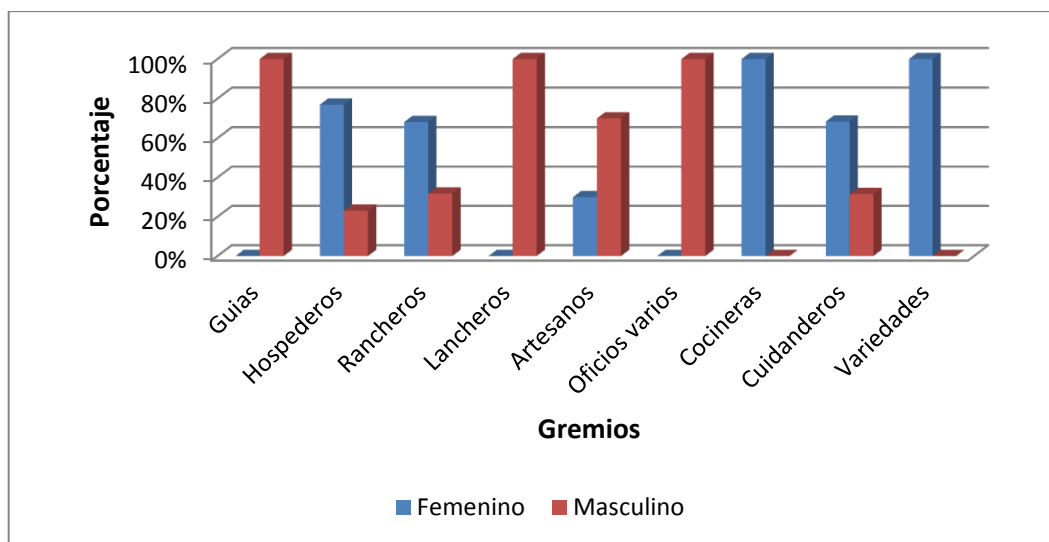


Figura 4: Distribución por género de los gremios – Isla Fuerte

Para todo lo anterior se puede ver una tendencia de asociación familiar y/o amigos muy cercanos para ejercer los trabajos, es decir no se observa que un isleño “contrate” a otro sin que sea de su familia, o amigo muy cercano.

6.1.1.2. Aspectos educativos

En cuanto al nivel de escolaridad el 50% de 136 actores encuestados alcanzó sólo la primaria, seguido de un 36%, que terminó la secundaria; subrayando que es mayor el porcentaje de quienes no tienen primaria completa frente a quienes tienen un nivel de educación superior, es decir 7 y 3 personas respectivamente, agregando que el 7% ha realizado un estudio técnico (Figura 5). En números que significa, esto es importante.

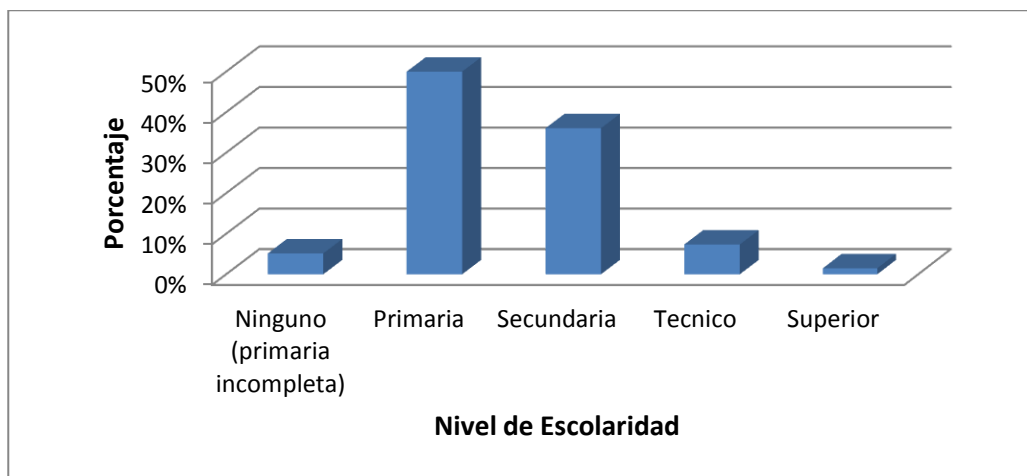


Figura 5: Nivel de escolaridad de los prestadores del servicio turístico – Isla Fuerte

Ahora bien, como se pudo observar en la Figura 5, un pequeño porcentaje de personas ha realizado un técnico e incluso un nivel de educación superior (Pregrado), 7% y 2% respectivamente. No obstante, al contrastar estos resultados, con el tipo de preparación que tienen los actores para prestar el servicio turístico, se evidencia una disminución del 7% al 2% en quienes han realizado un técnico que aplique para ejercer su función en el área del servicio turístico, ubicándose este 2% en los gremios: guías, rancheros y artesanos; es decir los operadores del servicio turístico no están altamente capacitados para prestar el servicio turístico (Figura 6).

En este punto es importante mencionar que aunque la media técnica con énfasis en ecoturismo es obligatoria para quienes cursan los grados noveno a once, el SENA no ha llevado a la Isla otras opciones para que el alumnado escoja el énfasis que desee, puesto que no a todos les gusta ser guías o atender el turismo. De modo que, a pesar de esta posibilidad de mejoramiento en calidad de

educación, no todos la están aprovechando, por cuestiones de un alto porcentaje que no termina la primaria y secundaria, además de no tener otras opciones en los que se puedan desarrollar.

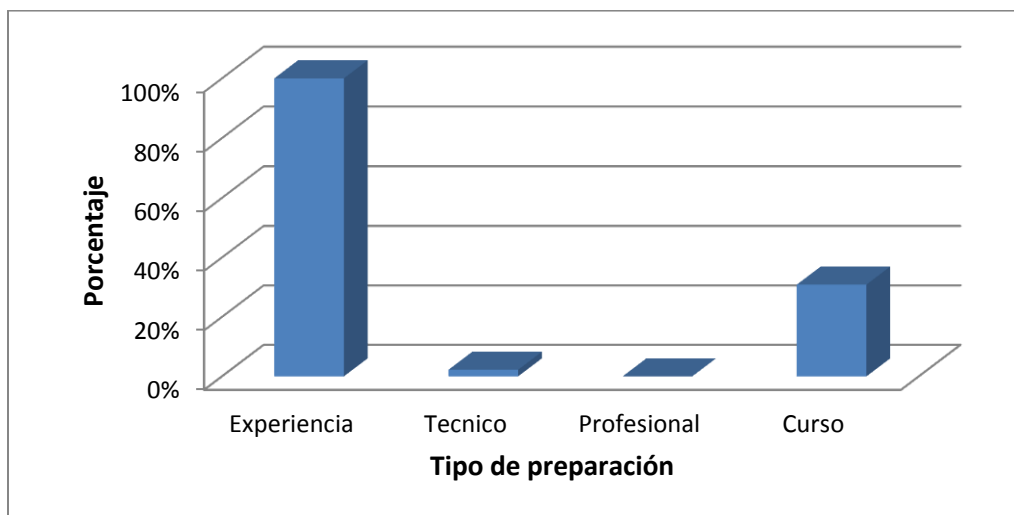


Figura 6: Tipo de preparación para ejercer la actividad turística – Isla Fuerte

En la Figura 7, se observa que la mayoría de los gremios (7 de 9 gremios) están compuestos en su mayoría por personas que sólo tienen la primaria y sólo dos de ellos (artesanos y cocineras) están constituidos en su mayoría por personas que alcanzaron la secundaria. El técnico no pasa de un 18% en ningún gremio, y así mismo el nivel de escolaridad superior no alcanza el 10% en los gremios. Lo anterior, refleja un nivel de educación muy bajo, inasistencia escolar que puede deberse a las preferencias del isleño a invertir su tiempo en actividades de producción económica, más que en su capacitación (CARDIQUE et al., 2010).

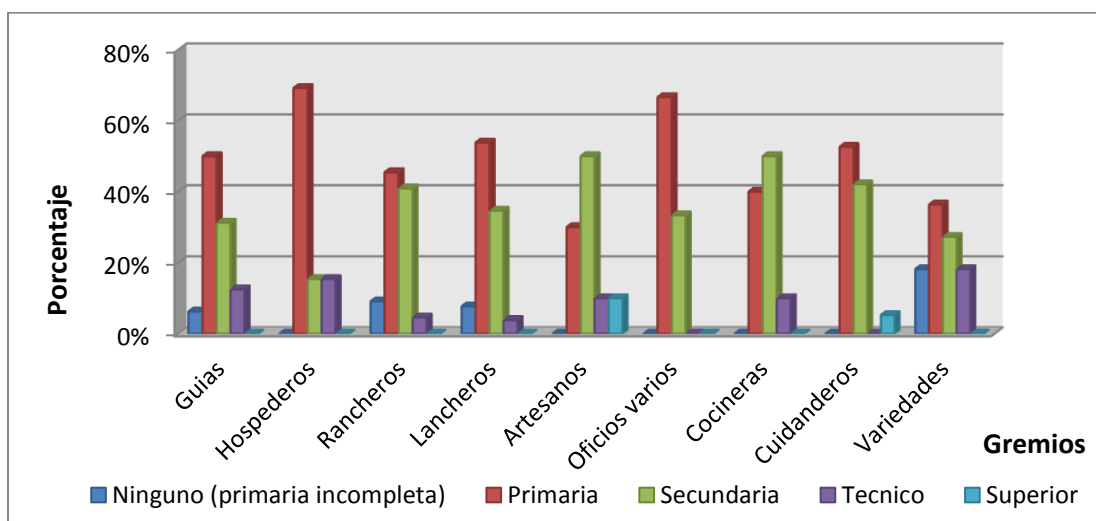


Figura 7: Nivel de escolaridad representado por gremios – Isla Fuerte

Por lo anterior es que se puede explicar un porcentaje relativamente alto (31%) de quienes han tomado cursos en oficio de sus funciones turísticas, observándose en todos los gremios excepto tres de ellos: oficios varios, cuidanderos y variedades (Figura 8). Estos cursos tomados en el marco del turismo refleja una vez más la oportunidad de trabajo que la actividad turística ha traído a la Isla, puesto que la comunidad al ver los beneficios de la actividad, han tomado la iniciativa, por medio del SENA para capacitarse en las funciones que cada actor ejerce dentro de su gremio.

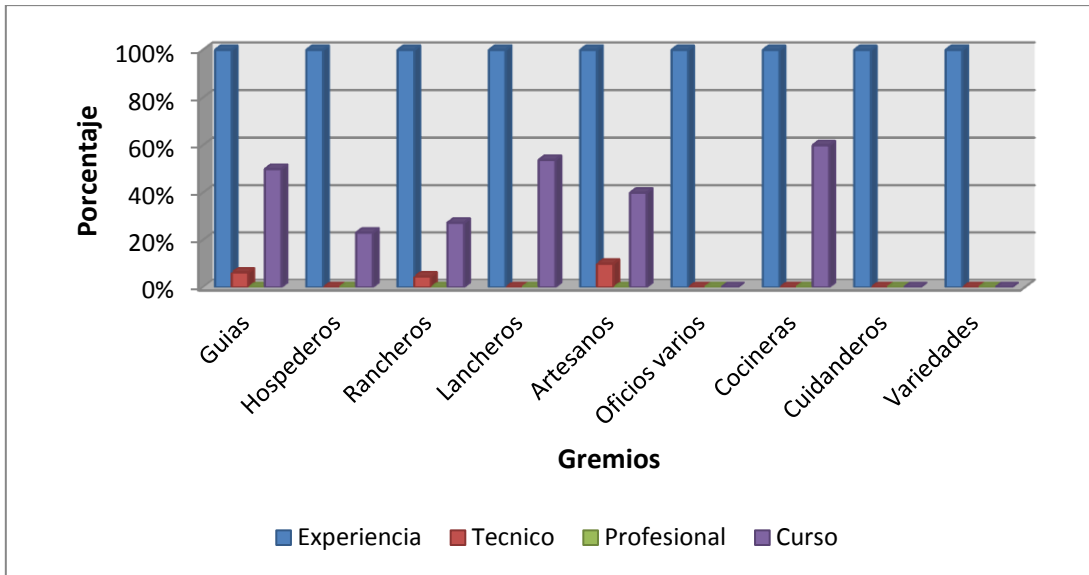


Figura 8: Tipo de preparación para ejercer la actividad turística - Isla Fuerte

En términos de una discusión, se obtiene un contraste entre los resultados obtenidos en este aspecto, y lo planteado por Morales (2007), quien afirma que Colombia dispone de personas orientadas al servicio al cliente, con capacidad de atender a inversores tanto nacionales como internacionales, citando al World Competitiveness Yearbook, 2005 en el que se registra a Colombia en la segunda posición de Suramérica en disponibilidad de trabajo altamente calificado.

Isla Fuerte no cuenta con un recurso humano del nivel calificado reportado por Morales, por razones de ser una actividad relativamente nueva que hasta ahora empieza a ver unos resultados económicos y de oportunidad de trabajo. Más aún, por otra parte, el déficit en personal altamente calificado en la Isla, se puede deber a que aunque existen políticas y leyes nacionales que tienen por objeto impulsar y apoyar el turismo en Colombia, éstas se están viendo mejor aplicadas y desarrolladas en las ciudades, así mismo como los estudios que se han hecho al respecto (como Morales, 2007), se centran en los grandes núcleos del país en

donde se registra la mayor cantidad de número de visitas, olvidando en su mayoría las zonas rurales.

6.1.1.3. Aspectos económicos.

El 60% de los encuestados obtiene por temporada menos de un salario mínimo, en contraste con el 39% faltante (teniendo en cuenta que el 1% no aplicaba debido a que son menores de edad) que gana arriba de \$500.000. Comparando los ingresos entre gremios se evidencia que el 60% de los guías, lancheros, oficios varios, cocineras y cuidanderos independientes entre sí, tienen ingresos menores a \$500.000, reflejándose para hospederos, rancheros, artesanos y variedades mayor diversificación en la ganancia; observando que los únicos gremios que obtienen un ingreso mayor a \$2.000.000 son los hospederos y rancheros (Figura 9).

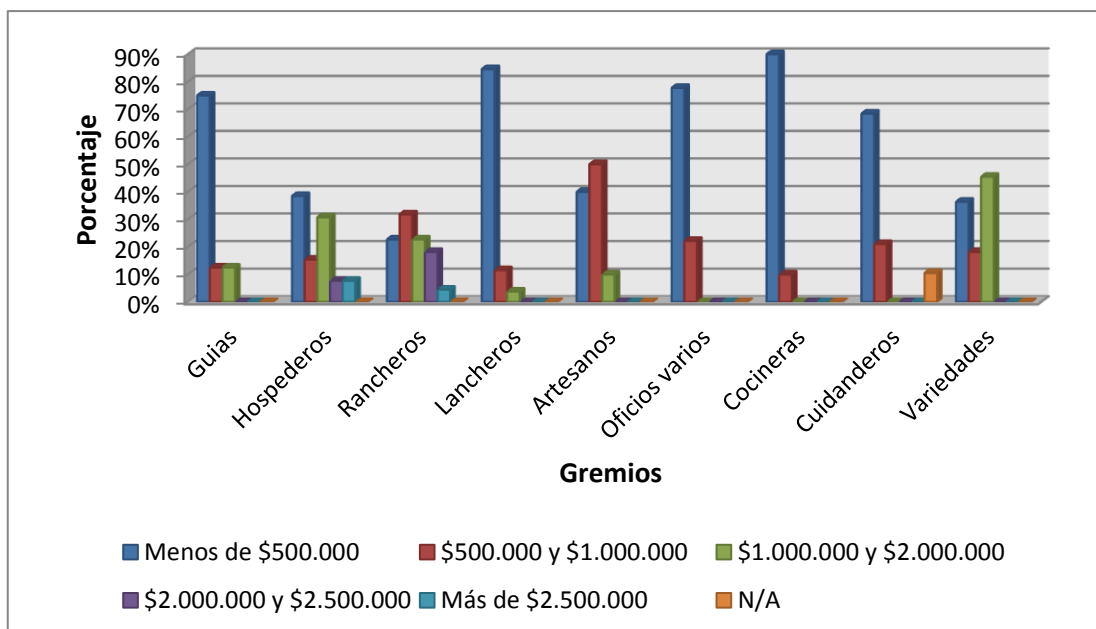


Figura 9: Ingresos económicos de la temporada turística representada por gremios - Isla Fuerte

Ahora, un aspecto a considerar es el nivel de satisfacción económica, en donde se puede ver que el 57% se siente satisfecho, frente a un 10% que no se siente muy a gusto. Dentro del 33% de quienes se sienten muy satisfechos están los gremios de hospederos, cuidanderos y variedades, sin apreciar una correlación directa negativa entre ganancia y nivel de satisfacción, ya que son varios los gremios que a pesar de sus bajos ingresos se ven muy satisfechos de ellos (Figura 10).

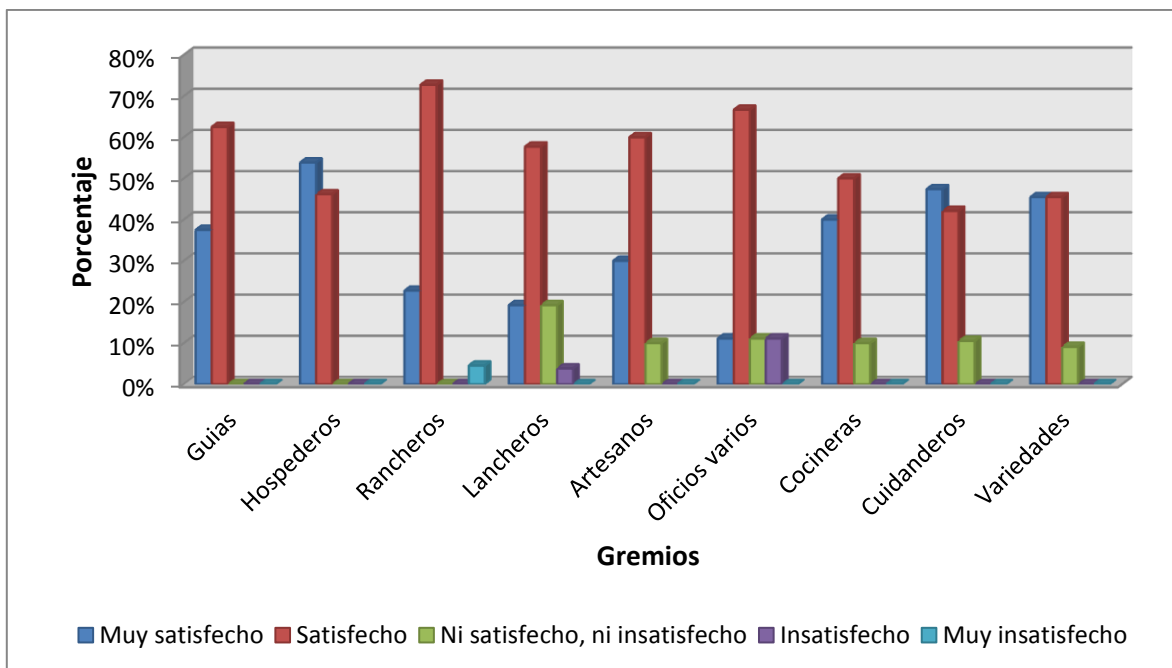


Figura 10. Porcentaje de satisfacción económica representada por gremios – Isla Fuerte

Es importante mencionar que es difícil determinar los ingresos reales por temporada, ya que en su mayoría los prestadores del servicio turístico no llevan contabilidad y los gastos de inversión no son claros, por lo que no se puede determinar si la actividad turística está siendo rentable o no para la Isla.

Sin embargo, es evidente que el turismo representa una potencial oportunidad de ingresos económicos para la comunidad isleña, una actividad que se ha venido desarrollando hace varios años, ya que para el 2007 reflejaba un ingreso legal promedio de \$360.000; la actividad turística es la que mejores ingresos genera en la Isla, convirtiéndose en una fuente de ingreso legal que atrae mucho a los nativos como una esperanza económica (CARDIQUE, 2010).

No obstante, es importante que para el desarrollo óptimo de la actividad los prestadores del servicio turístico se capaciten en lo que respecta al tema de la actividad y su sostenibilidad, ya que el nivel de educación es bajo, y con ello se puede ver afectada tanto la calidad de la prestación del servicio como la sustentabilidad del comercio turístico (INCOTEC, NTS-TS, 2006).

6.1.2. Servicios Ecosistémicos

Se identificaron 19 recursos, expresados por los actores cómo los utilizados por los gremios en la actividad turística; dichos recursos se diferenciaron en 8 usos, y se encontraron 8 ecosistemas de los que se extraen. Así mismo los usos de los recursos se catalogaron según el tipo de servicio ecosistémico, definidos por

Millennium Ecosystem Assessment, y adoptados por la Política Nacional de Biodiversidad, (Tabla 1).

Tabla 1: Caracterización de los servicios ecosistémicos.

Recurso	Usos	Ecosistema	Clasificación*
Árboles	Atractivo turístico, manufactura	Vegetación secundaria de BS-T, Antrópico	Servicio cultural y de aprovisionamiento
Arena	Atractivo turístico, construcción	Playas	Servicio cultural y de aprovisionamiento
Conchas	Manufactura, atractivo turístico y decoración	Arrecifes coralinos /Playas	Servicio de aprovisionamiento
Coral	Manufactura, decoración	Arrecifes coralinos	Servicio cultural y de aprovisionamiento
Cucarrón torito	Manufactura	Isla en General	Servicio de aprovisionamiento
Fauna acuática	Atractivo turístico, manufactura, y	Arrecifes coralinos	Servicio cultural y de aprovisionamiento
Flora acuática	Atractivo turístico	Arrecifes coralinos	Servicio cultural
Frutales	Oferta alimenticia, manufactura	Antrópico	Servicio de aprovisionamiento
Agua dulce	Consumo humano, aseo	N/A, Isla en General	Servicio de aprovisionamiento
Agua salobre	Aseo	Isla en General	Servicio de aprovisionamiento
Hoja de palma	Construcción, manufactura	Antrópico	Servicio de aprovisionamiento
Laguna	Atractivo turístico	Antrópico	Servicio cultural
Leña	Combustible	Manglar; Vegetación secundaria BS-T	Servicio de aprovisionamiento
Madera	Construcción, manufactura	Manglar; Vegetación secundaria BS-T	Servicio de aprovisionamiento
Mangle	Manufactura, construcción, atractivo turístico	Manglar	Servicio cultural y de aprovisionamiento
Mar	Atractivo turístico, cocina	Mar	Servicio cultural y de aprovisionamiento
Piedras	Manufactura, construcción	Isla en General	Servicio de aprovisionamiento
Semillas	Manufactura	Isla en General	Servicio de aprovisionamiento
Verduras	Oferta alimenticia	Antrópico	Servicio de aprovisionamiento

*Clasificación basada en la política nacional de biodiversidad, 2010

Los recursos más utilizados por los gremios son: la fauna acuática, el agua dulce, la leña y la madera; es importante recordar que estos recursos son los que los actores han identificado dentro de sus funciones como operadores, y por tanto es importante aclarar que las categorías de los recursos fueron definidas por la comunidad. Ahora, en este punto es posible observar los potenciales conflictos socioambientales, no obstante, este tema se retomara y discutirá de manera más amplia en los resultados para el objetivo 3.

Los ecosistemas con mayor presión por los gremios son los arrecifes coralinos, el manglar y la vegetación secundaria de Bosque Seco Tropical (Figura 11). Este es un punto importante de mencionar, ya que, la cobertura actual en la Isla de estos ecosistemas está en: 30%, 20% y 0.4%, porcentajes para reflexionar por la potencial pérdida total de dichos ecosistemas, lo que implicaría un cambio en la cobertura de estos afectando directamente la sostenibilidad de la actividad turística (MAVDT, 2001)

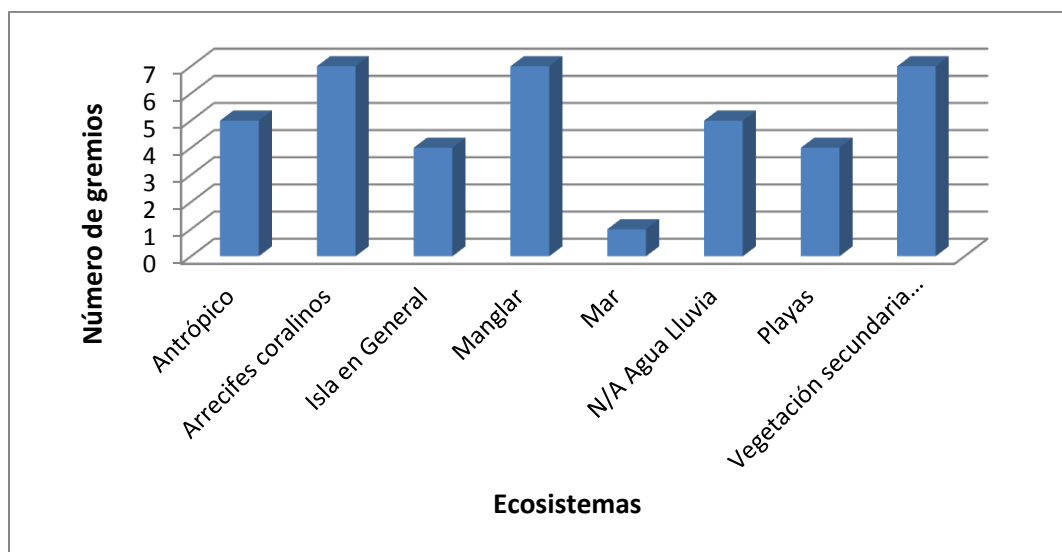


Figura 11: Presión sobre los ecosistemas de donde extraen los recursos los prestadores del servicio turístico – Isla Fuerte

Por otro lado, se ha evidenciado para el presente estudio, dos tipos de clasificación para los servicios ecosistémicos: Servicio cultural y de aprovisionamiento (siendo estos la mayoría); sin embargo, esto contrasta con lo expuesto en la Política Nacional de Biodiversidad, en la que se dicta que el sector turismo al depender de la belleza escénica, se ha integrado en los servicios culturales. Este contraste puede deberse a que la política toma el turismo como una actividad en general de recreación y de contemplación escénica, sin tener en cuenta el uso de los recursos para la operación de la actividad turística, como se ha descrito en el presente documento.

6.2. Para el Objetivo 2

Describir la oferta y demanda turística de Isla Fuerte

6.2.1. Oferta

La oferta esta sistematizada con base a la planta turística, un requisito de sostenibilidad de la NTS-TS, la cual comprende 5 aspectos: Transporte, alojamiento, alimentación, recreación y servicios de apoyo.

6.2.1.1. Transporte

El trayecto se describe tomando como lugar de origen Montería, debido a que cualquier persona de Colombia o afuera de ésta, puede calcular los costos sumando el trayecto hasta Montería desde su lugar de residencia, teniendo como fijo los precios desde el lugar de origen tomado e Isla Fuerte (Tabla 2).

Tabla 2: Descripción detallada del transporte Bogotá – Isla Fuerte

	Terrestre	Marítimo
Trayecto	Montería - Paso Nuevo	Paso Nuevo – Isla Fuerte
Descripción	1. El trayecto terrestre se puede tomar directo Montería - Paso Nuevo (Puerto) en taxi, por un costo aproximado de \$120.000, o en flota por un valor de \$10.000 + \$2.000 de moto para el trayecto Paso Nuevo-Puerto (lugar donde se toma la lancha).	Las lanchas se encuentran ubicadas en Paso Nuevo, y el costo por persona en lancha de turno está en \$10.000 y el expreso en \$120.000 en promedio para una capacidad aproximada de 30 personas.
	2. Una segunda opción de trayecto es Montería-Lorica - Paso Nuevo (Puerto), tomando flota por \$8.000 para el primer recorrido y taxi compartido por 7.000 por persona, para el último tramo.	
Tiempo aproximado	Montería-Paso Nuevo	40 minutos (11.8 Km)
	2 horas (87 Km)	
	Montería-Lorica	
	1 hora y 14 minutos (48 Km)	
Valor Total	Lorica-Paso Nuevo	
	45 minutos (38 Km)	
	1. Opción \$130.000 o \$22.000	2. Opción \$ 25.000

6.2.1.2. Alojamiento

En Isla Fuerte, se encuentran establecidas 14 zonas de hospedaje, 11 de ellas propiedad de los nativos, y 3 restantes cuyos dueños son personas de Medellín, que para efecto del trabajo no se tuvieron en cuenta, por presentarse de un estudio desarrollado desde la comunidad afro descendiente de Isla Fuerte (Tablas 3 y 4)

De las 11 opciones de alojamiento, hay 9 ubicadas en Puerto Limón, zona urbana de la Isla, y 3 áreas con opción de camping, para un total aproximado de capacidad de alojamiento para 264 personas, con un promedio de \$40.000 la noche por persona (Tabla 3).

Tabla 3. Descripción del hospedaje – Isla Fuerte

Hospedaje de la comunidad Isla Fuerte		Capacidad (pax)
1	La Milagrosa	15
2	Cabaña Alemana	6
3	El Cardumen	20
4	Mar Adentro	40
5	La Perla del mar	20
6	Cabañas Yeisson	30
7	Benhur Hotel	19
8	Cooperativa	29
9	Camping Punta Arenas	25
10	Camping Amina	40
11	Camping Ana María	20
Total		264

Tabla 4: Hospedajes con dueños en Medellín.

Hospedaje cuyos dueños son personas de Medellín	
1	Centro de Buceo
2	Mar Abierto
3	Isla Fuerte Hotel

6.2.1.3. Alimentación

En la temporada se encuentran establecidas 11 ranchas, todas ubicadas en Punta Arenas, menos dos de ellas que se localizan en Puerto Limón, recordando que sólo prestan el servicio de almuerzo en temporada alta (Semana Santa, Junio-Julio y Diciembre-Enero), de modo que en temporada baja es importante tener en claro que la alimentación se consume en los hospedajes, o bien, se contrata una cocinera, o el turista se cocina (Tabla 5).

Tabla 5: Descripción de las ranchas – Isla Fuerte

Dueño		Capacidad (Pax)
1	Dorismel	25
2	Rosalba	25
3	Teresa	25
4	Nelfy	20
5	Sarife	20
6	Ana Orfelina	25
7	Gilma	25
8	Eliana	20
9	Emilia	25
10	Glenia	25
11	Lilibeth	25
Total		260

El 82% de los rancheros respondieron a que el costo de un plato para un turista en temporada está entre los 10.000 y 25.000 descartando la langosta cuyo valor puede llegar a estar entre los \$25.000 y \$40.000 pesos colombianos.

La oferta alimenticia de pescados y mariscos se basa principalmente en el langostino/camarón y el pargo rojo ofertados en un 47% y 46% respectivamente, por los prestadores del servicio turístico directo, seguidos de la langosta ofertada en un 42%, la sierra (37%) y el pulpo (36%), y en menor proporción el calamar, el carito y la barracuda, continuos de la lora, el caracol y la jaiba, ofertados por debajo del 29% (Figura12).

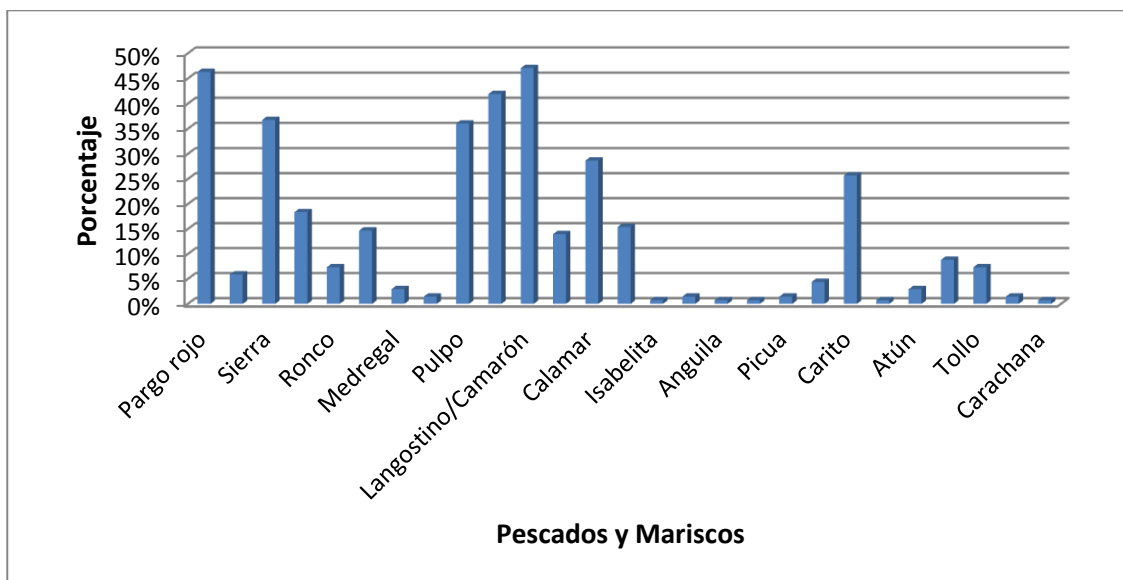


Figura 12. Oferta alimenticia para el turista de Pescados y Mariscos

6.2.1.4. Recreación

La Isla cuenta con 16 atractivos turísticos, los cuales han sido agrupados por: Atractivos turísticos costeros, terrestres y marinos. El primer grupo hace referencia a las playas, a los litorales rocosos y a los manglares, y cuenta con 11 puntos distribuidos alrededor de La Isla; el segundo grupo cuenta con 7 atractivos ubicados al interior de ésta y el tercero, son 7 zonas de interés para caretear y/o bucear (Tabla 6 y Figura13).

Tabla 6: Descripción de los atractivos turísticos – Isla Fuerte

Atractivos turísticos costeros	Atractivos turísticos terrestres
1. Punta Arenas (Playa bañista)	1. Puerto Limón
2. La playita (Playa bañista)	2. La Bonga
3. La Cebolleta (Playa bañista)	3. El Tun-Tun
4. Ensenada del Inglés (Manglares)	4. La Laguna
5. El Norte (Litoral rocoso)	5. El Faro
6. El Bobito (Playa bañista)	6. El Árbol que camina
7. El Socorro (Playa bañista)	7. La cueva de Morgan
8. Matal (Playa bañista)	
9. Claval (Playa bañista)	
10. San Diego (Playa bañista)	
11. Playa Latal (Playa bañista)	

Atractivos turísticos marinos
1. Ensenada del Bajo (Careteo)
2. San Diego (Careteo)
3. Punta Ingles (Careteo)
4. Bajo Bushnell (Buceo)
5. El socorro (Buceo)
6. Bajo Tortugas (Buceo)
7. Yerbí (Buceo)
8. Los Venados (Buceo)



Figura 13: Mapa turístico de Isla Fuerte

En este punto es preciso mencionar que la percepción de los turistas frente a las playas, senderos, y arrecifes coralinos, es:

Playas: El 53% de los turistas las catalogaron como buenas, seguido de un 31% que las definieron como regulares, observándose un bajo porcentaje en sumatoria del 3% sobre quienes las describieron como malas y pésimas (Figura 14).

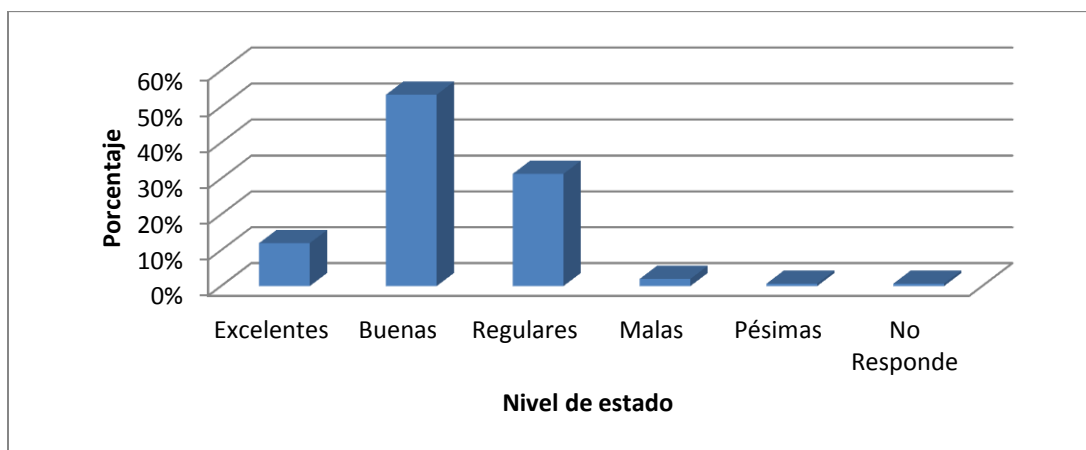


Figura 14: Percepción del turista sobre el estado de las playas – Isla Fuerte

Arrecifes coralinos: El 43% de los encuestados los establecen en buen estado, y 16% como regulares, registrándose sólo el 1% para quienes los catalogaron como en mal estado (Figura 15)

Para los dos puntos mencionados, cabe anotar que el turista no se ve afectado por el real estado de conservación de los escenarios naturales, siendo muy pocos los que de una u otra manera aprecian el desgaste de los atractivos, o bien manifiestan su descontento por el mal estado de aseo en que se encuentran los escenarios. Lo anterior se dicta desde los resultados que estudios como el SIGAM, 2010 y el Plan de Manejo del AMP han descrito, señalando una grave situación para ambos servicios ecosistémicos.

Lo anterior también se ve reflejado en los prestadores del servicio turístico, según CARDIQUE (2010) en el documento del SIGAM se muestra que los prestadores del servicio de turismo no identifican ningún escenario natural en estado de conservación crítico, a lo que el SIGAM menciona: "(...) Sin embargo se evidencia en la verificación una diferencia entre el estado real y la percepción, es por esto que es necesario llevar a cabo un programa de educación ambiental que le otorgue a los prestadores del servicio de turismo mejores herramientas para realizar una valoración más adecuada del estado de conservación" (CARDIQUE, 2010)

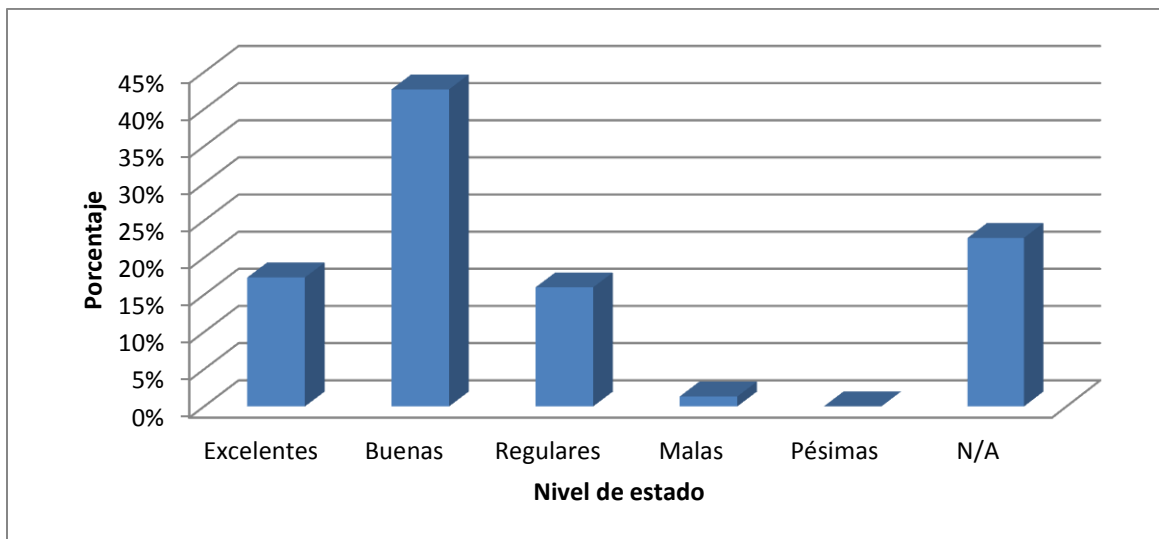


Figura 15. Percepción del turista sobre el estado de los arrecifes coralinos

Senderos: Un 57% de los encuestados los cataloga como buenos, y un 18% como regulares, observándose un 4% en sumatoria para los estados malos y pésimos (Figura 16) Aquí es importante recalcar que aunque no se ve del todo reflejado en las encuestas, los caminos que conducen a los atractivos turísticos costeros y terrestres, no están definidos, señalizados, ni adecuados para su operación

turística, presentándose cambios de ruta de acuerdo a las temporadas de lluvia y sequía, además de presentar conflicto debido al cercamiento de fincas sin respetar dichos corredores.

Lo anterior puede tener varias explicaciones, una de ellas referente a la época en que se realizaron las encuestas, ya que para la fecha el tiempo era de sequía, por lo que los senderos eran transitables sin inconvenientes mayores. Una segunda razón puede encontrarse en el perfil del turista, ya que es un visitante relativamente joven, dispuesto a conocer y aventurar, como lo describe Ortiz (2007).

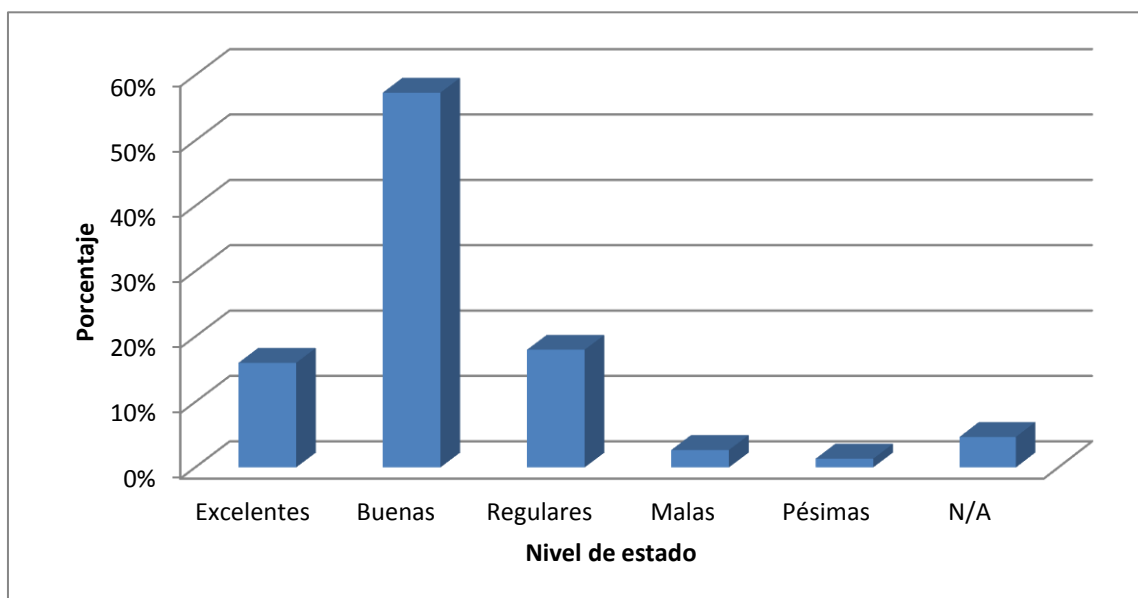


Figura 16: Percepción del turista sobre el estado de los senderos - Isla Fuerte

6.2.1.5. Servicios de apoyo

Isla Fuerte cuenta con pocos servicios de apoyo, entre los cuales encontramos:

- Inspección de policía
- Un centro de salud, que cuenta con un médico cada 15 días
- Una farmacia
- Una cooperativa de servicios públicos (agua y luz)
- Servicio móvil: Comcel, Tigo y Movistar
- Servicio de Internet por cable

Es evidente que existe una deficiencia alta en cuanto a los servicios de apoyo, lo que refleja y/o muestra un abandono estatal.

El mejoramiento de la infraestructura (vías de acceso) y la planta turística (hoteles, restaurantes y servicios complementarios) es de gran importancia para el desarrollo óptimo del turismo en la región (Gobernación del Meta, s.f.). Así mismo, es necesario hacer que las autoridades civiles, ambientales y de policía hagan presencia en la Isla ya que, es preciso su control y regulación en el destino (IICA, 2009), lo que conllevará al aumento en la calidad y cantidad de los servicios que se prestan así como el arribo a Isla Fuerte.

6.2.2. Demanda

6.2.2.1. Perfil social del Turista

El 71% de los turistas provienen de la ciudad de Medellín, seguido de un 12% que llegan de Bogotá, y un 5% procedentes de Montería. Es importante mencionar que los dueños de la mayoría de las cabañas de recreo son de gente proveniente de la ciudad de Medellín, al igual que los dueños-administradores de los hoteles, pudiendo ser una posible explicación al alto porcentaje de procedencia, además de la relativa cercanía a La Isla (Figura 17).

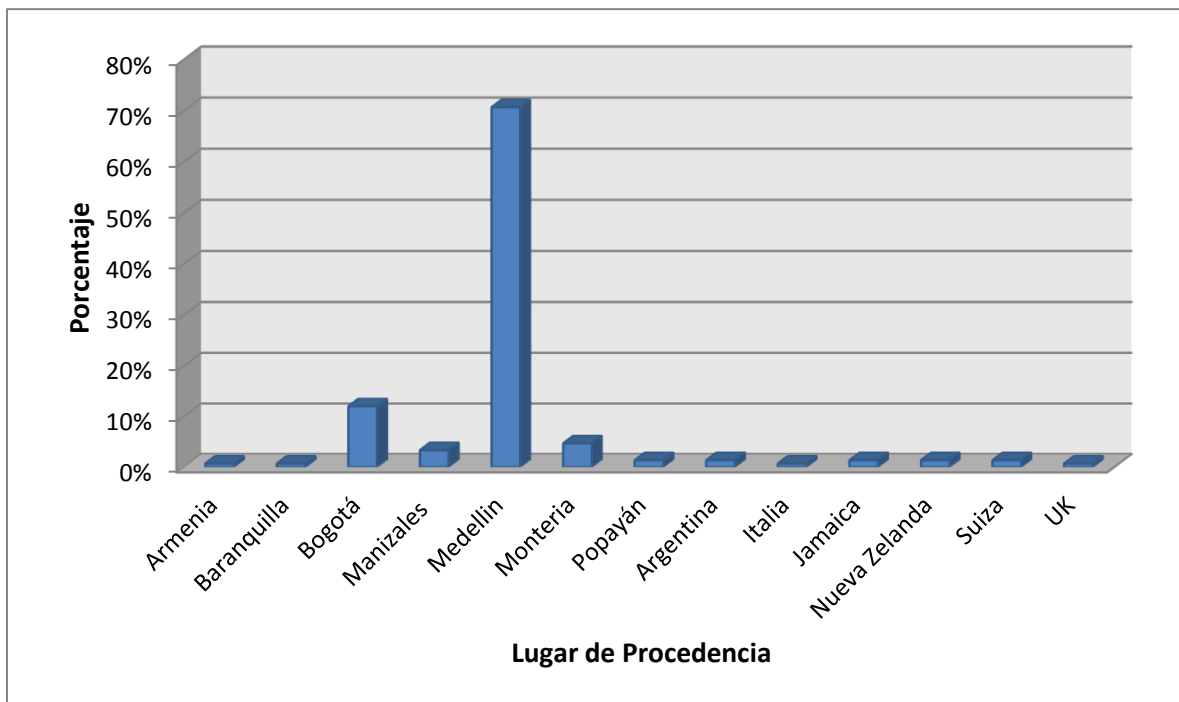


Figura 17: Porcentaje de procedencia de los turistas-Isla Fuerte

En cuanto a la edad, se evidencia un turista relativamente joven representado en un 64% entre los 18 a 35 años, demostrándose que el rango de edad entre los 26 a 35 años es el que en términos de porcentaje más viaja a La Isla, resaltando que quienes están entre los 46 a más de 56 años representan tan sólo el 16% de los turistas encuestados (Figura 18).

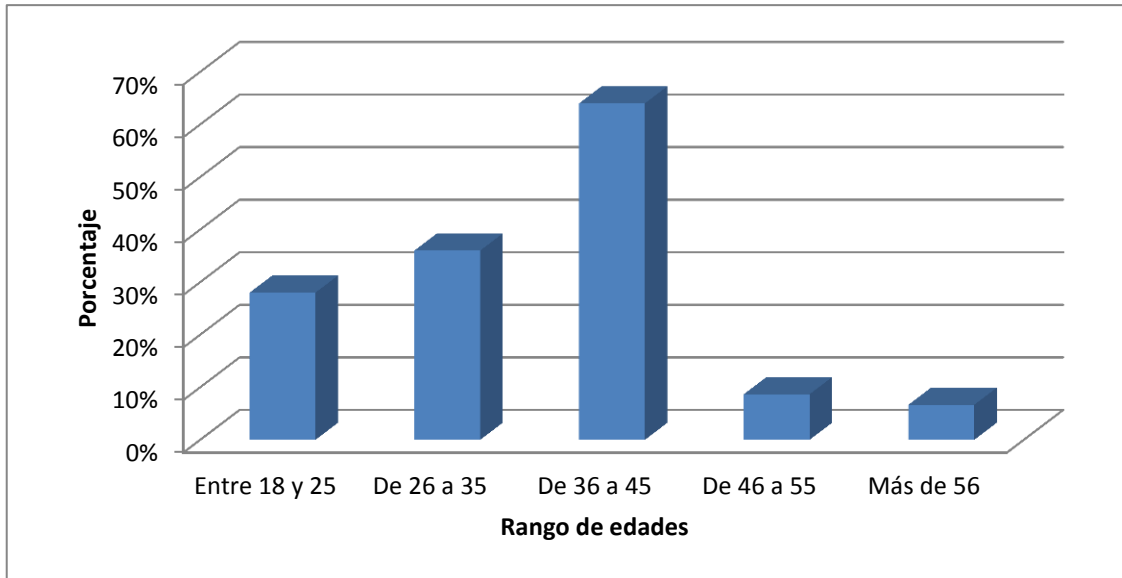


Figura 18: Porcentaje de edad de los turistas – Isla Fuerte

Los turistas de Isla Fuerte, son en su mayoría personas empleadas o independientes, en porcentajes del 35% y 30% respectivamente, seguidos de un 26% que corresponden a estudiantes, observándose una correlación con la gráfica anterior, sobre las personas mayores de 56 años que corresponderían a los pensionados evaluados en 3% (Figura 19).

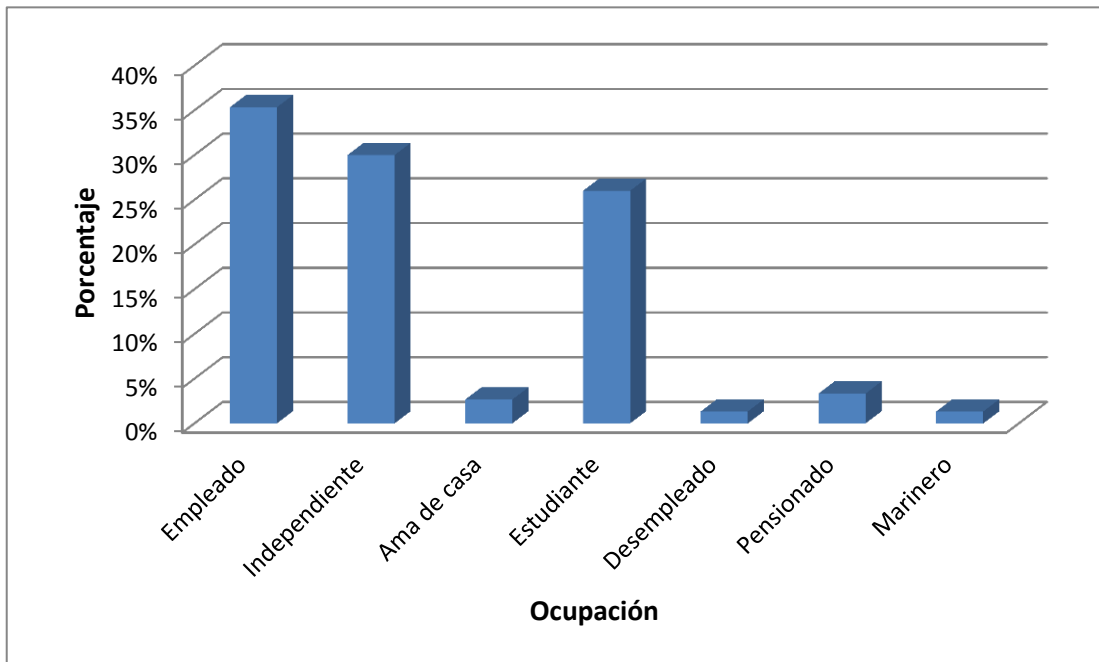


Figura 19: Porcentaje de ocupación de los turistas – Isla Fuerte

6.2.2.2. Perfil Económico del turista

El 33% de los turistas tienen un ingreso mensual entre \$1.000.000 y \$2.500.000, y un 24% recibe entre \$2.500.000 y más de \$5.000.000. En detalle, se puede ver en la Figura 20 que existe una relación entre los visitantes con mayor ingreso mensual y el tipo de hospedaje, alojándose en los hoteles a las afueras de Puerto Limón, dejando gran porcentaje de ganancias en agentes externos de la isla, y poco o nulo el dinero aportado a la comunidad isleña.

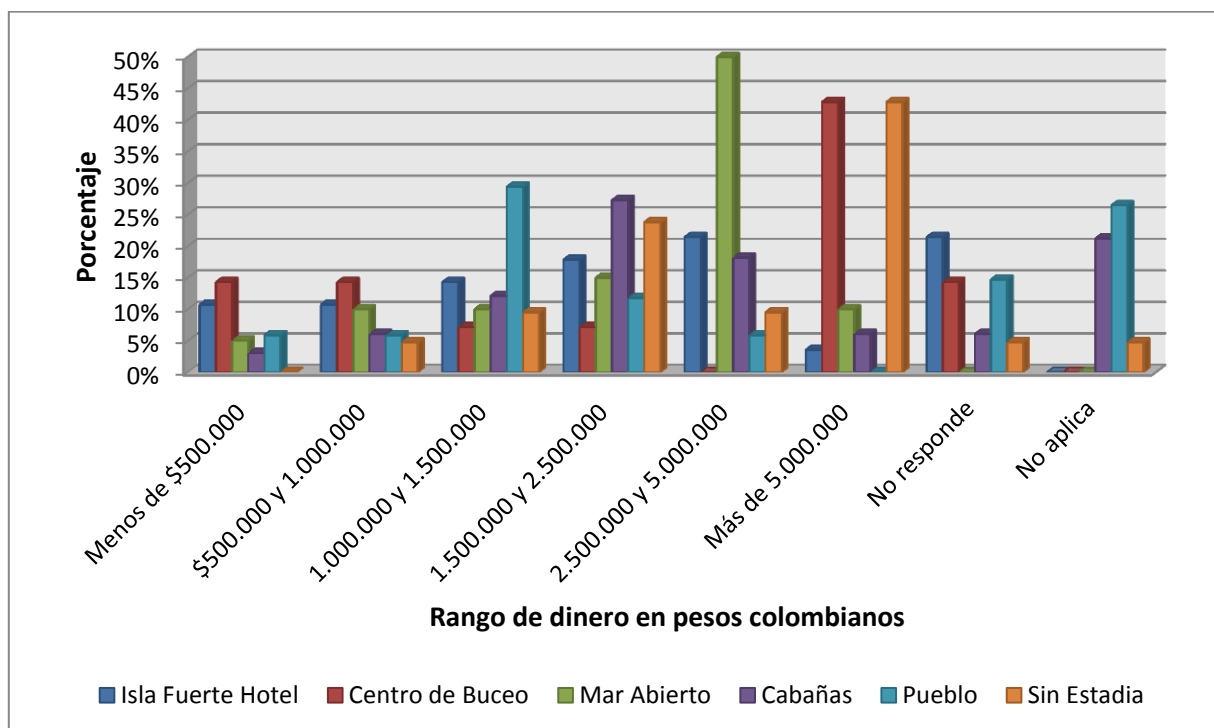


Figura 20: Ingresos mensuales de un turista por tipo de hospedaje – Isla Fuerte

Lo anterior se ve reflejado, y se contrasta con el 31% de los turistas que gastan menos de \$200.000 dentro de Isla Fuerte, observándose un 60% de visitantes que dejan menos de \$500.000, de los cuales el 90% son turistas que sólo visitan la Isla por un día.

Ahora, esto se puede ver en más detalle en la Figura 21 en donde se muestra que aquellos turistas con ingresos económicos superiores a \$5.000.000 son los que menos ganancias dejan en la Isla, ya que, éstos representan en su mayoría a los Turistas sin estadia, viajeros que llegan a disfrutar del sol y la playa, consumiendo solo lo necesario, incluso sin siquiera almorzar (Asociación Insular de Desarrollo Rural La Gomera, s.f.).

Así mismo, se observa un importante porcentaje de visitantes que se alojan en los hoteles, llegando a la Isla, en su mayoría, con paquetes turísticos completos, por

lo que no les es necesario hacer inversiones que permitan ofertar mejor los servicios de Puerto Limón. Es decir, se puede inferir que la oferta isleña no está siendo competitiva con la de los dueños de hoteles, y por tanto se podría pensar que es necesario iniciar una estrategia de cambio para que la comunidad de Isla Fuerte pueda ofertar en la misma medida que la competencia.

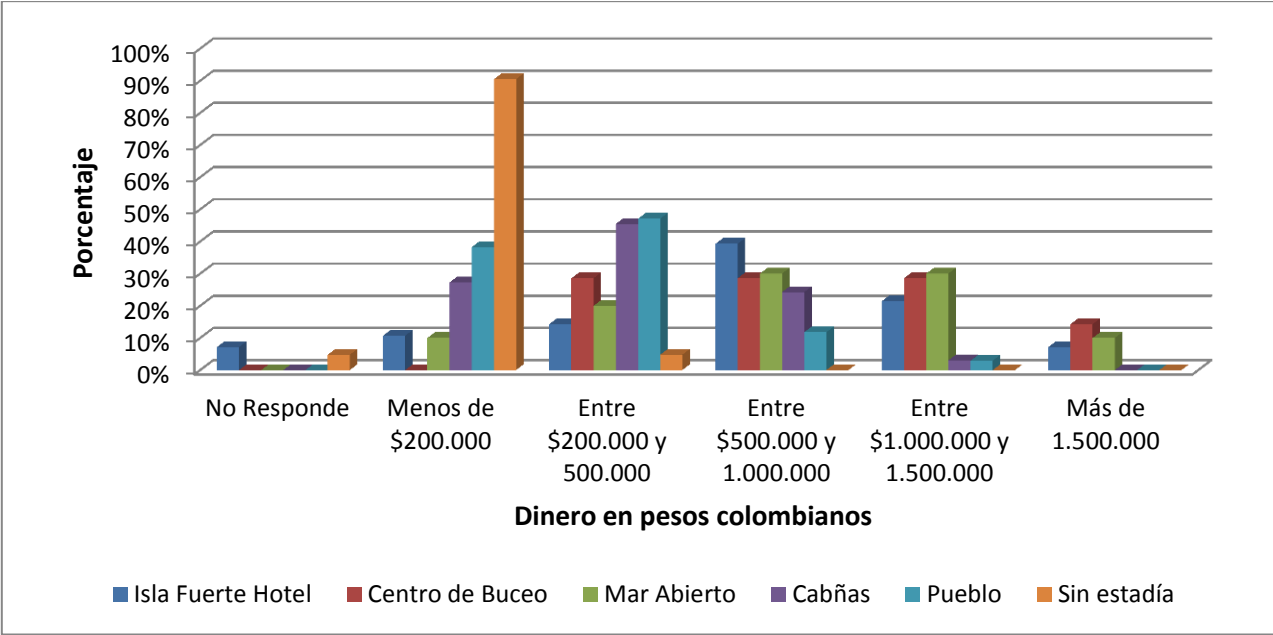


Figura 21: Porcentaje de gastos del turista detallado por tipo de hospedaje – Isla Fuerte

6.2.2.3. Otros aspectos del perfil del turista

El perfil del turista es variado en términos de un viajero frecuente y un visitante nuevo, puesto que, existe una proporción similar en porcentaje entre ambos tipos de turista (51% y 49% respectivamente). Ahora bien, del 49% que es un turista nuevo, el 72% ha llegado a la Isla por recomendación, observándose un importante porcentaje, en términos que la Isla se ha venido conociendo a través de sus visitantes, trayendo y/o generando así la oportunidad de desarrollo económico en Isla Fuerte, como se pudo observar en el punto del objetivo 1 (Perfil de los operadores).

Sin embargo, es preciso mencionar que a pesar que, del 51% de los turistas frecuentes, el 50% ha viajado al corregimiento más de tres veces, éstos no están representando un buen ingreso económico en la comunidad isleña ya que el 45% representan a los dueños de cabaña de recreo, seguido de un 21% de quienes viajan solo por un día a la Isla. Aquí es preciso reflexionar sobre las causas del por qué el turista dueño de cabaña no compra o invierte en Puerto Limón, quien ha

manifestó inconformidad al observar que el isleño infla los precios reales de alimentación y otros productos exclusivamente al turista.

Paralelo a todo lo anterior, se estima un número variado de noches que el turista se aloja en La Isla, observándose que la mayoría, es decir un 21% se queda más de 8 noches, en contraste con un 16% que llega a la Isla sólo por un día (sin alojamiento).

En la Figura 22 se observa que la mayoría de los turistas que se alojan por más de 8 noches son los dueños de cabaña de recreo, contrastando con un 24% de quienes se alojan en Puerto Limón, en promedio de 3 a 4 noches.

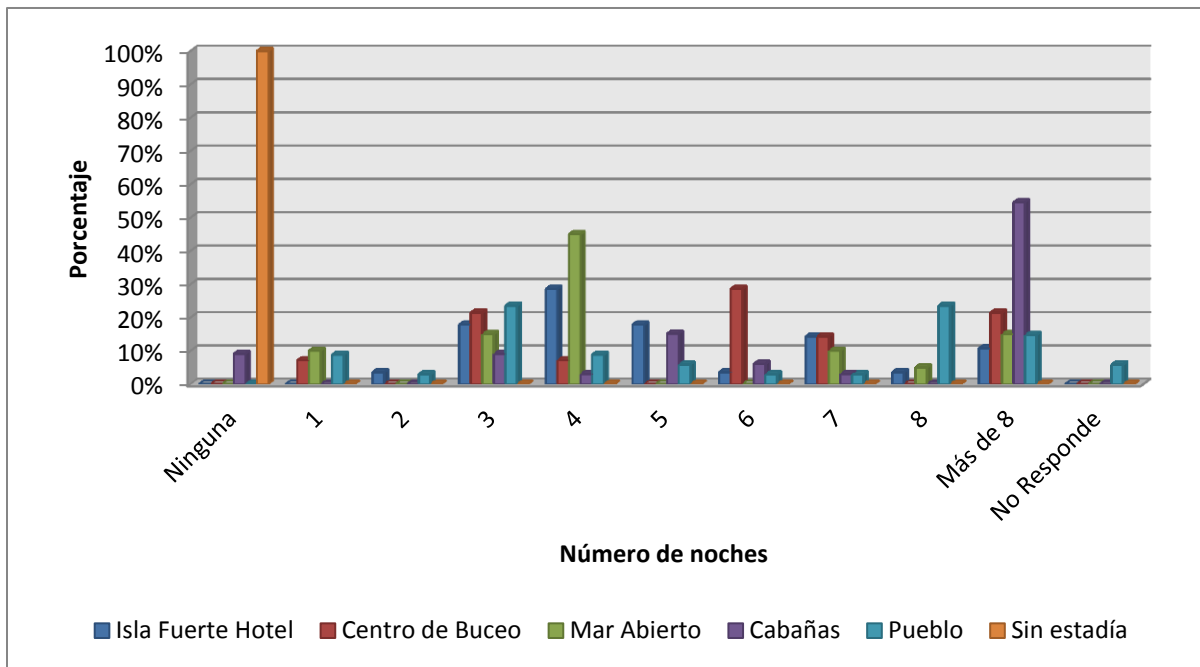


Figura 22: Número de noche de alojamiento discriminado por el tipo de hospedaje - Isla Fuerte

Para todo lo anterior (oferta y demanda), se reflexiona sobre los valores entre estas dos variables, observándose que si existe un ingreso por temporada de 746 personas, habiendo sólo una capacidad de alojamiento para 264 en Puerto Limón, se podría pensar que la demanda fuese más alta que la oferta, sin embargo, es preciso tener en cuenta que el turista es rotativo, hospedándose en su mayoría entre 3-4 noches, por lo que siempre se van a encontrar camas disponibles, además de sumarle a ello que un gran porcentaje de turistas son dueños de cabaña o se alojan en los hoteles, por lo que entonces la oferta en realidad es mayor a la demanda.

Ahora, continuando con la discusión, una explicación posible a que los turistas que se hospedan en Puerto Limón se queden tan sólo de 3 a 4 noches, parece ser que es debido a que hay una oferta limitada, no obstante, lo que se observó es que ésta no está siendo divulgada de manera correcta, dejando de ofertarse varios productos y servicios como por ejemplo: platos de comida como la langosta, y actividades como el careteo, presentaciones folklóricas, y degustación de la comida local² como se observa en la tabla 7. De modo que, la oferta y demanda no se están viendo relacionadas de manera clara, a pesar de una variada oferta de servicios y productos de turismo, que el turista no está consumiendo, debido a la falta de promoción de éstos, lo que ha conllevado a que el visitante se vea atraído por los hoteles a las afueras de Puerto Limón, dejando las ganancias fuera de la comunidad isleña.

² Esta información fue recogida de las encuestas a los turistas, preguntándole que otros platos y actividades hubiese gustado encontrar en la Isla, y que no le fueron ofertados; teniendo en cuenta que varios de los servicios y productos mencionados si se encuentran en Isla Fuerte.

Tabla 7. Caracterización de la demanda turística

Concepto	Más demandados	
Atractivos turísticos	Árbol que camina	
	La Bonga	
	Playa San Diego	
	Arrecifes coralinos	
Actividades demandadas*	Actividades acuáticas como:	
	Buceo	
	Careteo	
	Surf	
	Pesca	
	Jet ski	
	Kayak	
	Actividades ecológicas como:	
	Acuario Natural	
	Senderismo guiado nocturno	
	Presentaciones folklóricas	
	Degustar comida local	
	Avistamiento de aves	
	Alimentación demandada*	Sancocho de pescado
		Cazuela de mariscos
Ceviches (pescado, camarón, pulpo)		
Langosta		
Comida nacional e internacional		
Opciones vegetarianas		
Jugos naturales		
Frutas diversas		
Helado		
Comidas rápidas		

*Se entiende por demandado aquellos conceptos que los turistas hubiesen querido encontrar en La Isla.

Ahora, frente a este punto, es importante mencionar a Sarasti (2004) quien afirma que existe una ausencia de información precisa y específica sobre la caracterización de la oferta y demanda, cómo para la estimación de ésta. Por lo cual el trabajo en su mayoría fue descriptivo, con el objeto de desarrollar la línea base para el proceso y desarrollo del sector turístico y la investigación para el tema y la Isla, encontrándose por tanto en el presente estudio datos cuantificados, puesto que la oferta y demanda no se había caracterizado.

Finalmente, para terminar con la caracterización del turista, es importante mencionar que las áreas naturales fueron el motivo principal de visita para el 36% de los encuestados, seguido de un 30%, para quienes los escenarios naturales influyeron en la decisión, notándose un bajo porcentaje (17%) para quienes el

escenario natural no influyó (Figura 23). Observándose entre otros motivos de visita el sol y la playa, el recreo/paseo y el descanso.

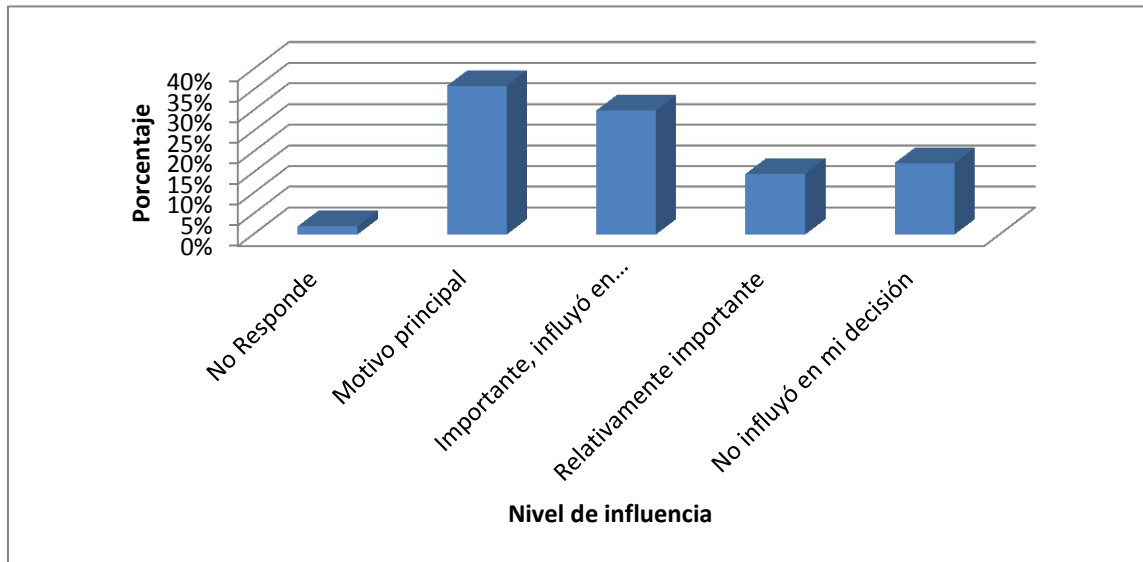


Figura 23: Nivel de influencia de las áreas naturales en la decisión del turista en visitar La Isla

Es importante precisar con base a lo anterior, que aunque existe un interés y motivo de visita a la Isla por sus recursos naturales, no se está apuntando a los cuatro tipos de demanda ecoturística que presenta Jiménez (2009), capturándose solo al viajero de la naturaleza. Por lo cual, si en su momento se enfoca el turismo de Isla Fuerte, hacía el ecoturismo (como se plantea en el punto del objetivo 4) es importante tener en cuenta los tres perfiles restantes del ecoturista con el fin de enfocar la oferta hacía la captura de estos visitantes, y así conllevar al aumento del número de turistas/año.

6.3. Para el Objetivo 3

Identificar los potenciales conflictos socio-ambientales entre los actores prestadores del servicio turístico.

Recordando que los conflictos socioambientales son interacciones entre dos o más actores que disputas o están en desacuerdo en el acceso, conservación y/o uso de los recursos naturales, estos se pueden convertir en motores de desarrollo dependiendo en la forma en que se aborde sus posibles soluciones, por lo que es necesario que éstas sean flexibles y adaptables a nuevas condiciones sociales y ambientales, lo que requiere un fortalecimiento institucional importante (Spadoni s.f).

La Figura 24 muestra un 18% equivalente a las personas que afirman haber tenido algún conflicto con otro compañero prestador del servicio turístico, observándose un alto porcentaje de personas que mencionan no haber tenido problemas con otros servidores.

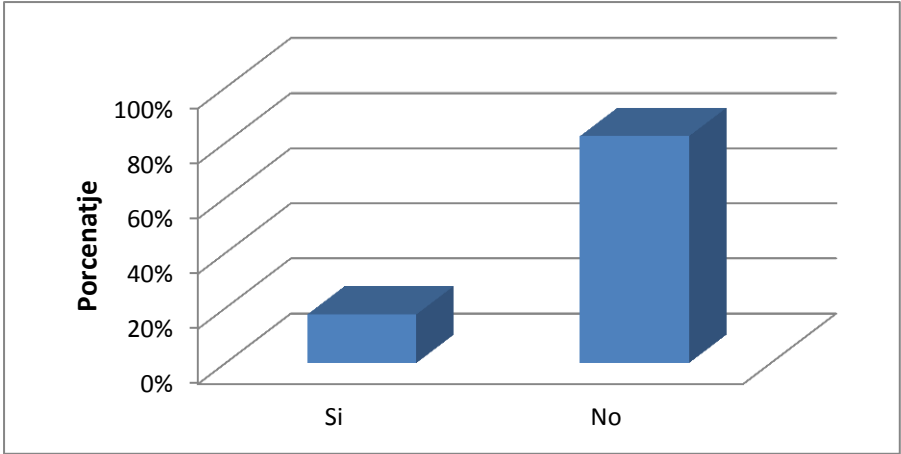


Figura 24: Porcentaje de prestadores del servicio turístico que ha tenido conflicto con otro servidor – Isla Fuerte

Sin embargo, esta información se contrapone con el 57% de actores que han oído/visto conflictos entre los prestadores del servicio turístico (Figura 25).

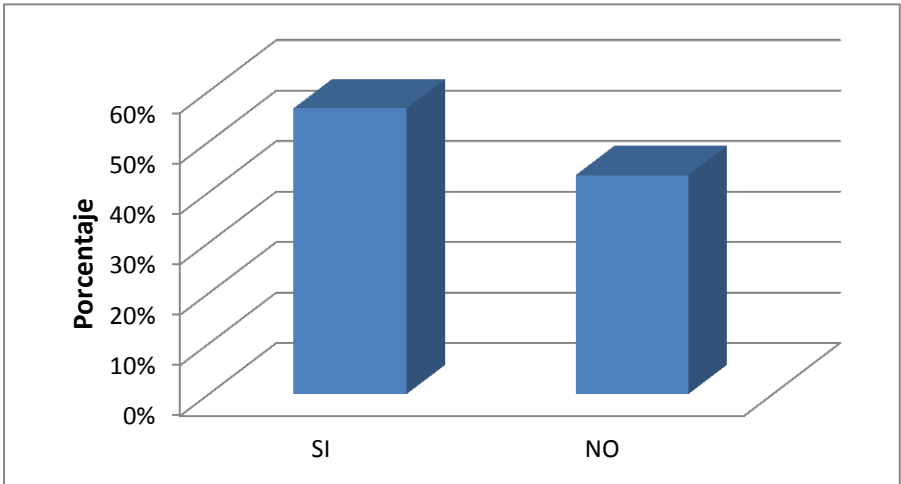


Figura 25. Porcentaje de prestadores del servicio turístico que han oído de algún conflicto entre compañeros prestadores del servicio – Isla Fuerte

Lo anterior puede deberse a la metodología utilizada para recoger la información, ya que, posiblemente el isleño encuestado sintió temor al responder con sinceridad a la pregunta si había tenido algún conflicto o no con otro prestador del

servicio turístico. Por ello llama la atención la Figura 25, la cual arroja unos datos contrastantes, que muy seguramente pueden estar mostrando mejor la realidad.

Por lo tanto, se aplicó un taller DRP con el Comité de Turismo, en el que se identificaron las diferentes relaciones entre los operadores, y los conflictos asociados a ellos, descritos en la tabla 8.

Tabla 8: Relación de gremios y descripción de los conflictos asociados

Relación	Conflicto	Descripción
Rancheros	Precios no unificados	La guerra del centavo, es decir la lucha por ofertar al mejor precio, ha conllevado a que el rancharo se despreocupe de la buena atención y calidad en la prestación del servicio, además de promover la desigualdad en oportunidad de empleo y por ende de un ingreso económico equitativo para todos los rancharos.
	Falta de aseo en playas y ranchas	Todos los rancharos están relativamente atentos con el aseo dentro de su ranchara, pero no todos son conscientes de mantener limpio el lugar por fuera de ésta lo que incluye la playa, por lo que en temporada se generan discordias, incluso delante de los turistas.
	Contratación previa con el lancharo	Contratación previa del rancharo con los lancharos para asegurar turistas, dejando sin espacio al visitante para tomar su propia decisión en qué lugar desea tomar la alimentación.
Rancheros y Lancharos	Remuneración del rancharo al lancharo	Los lancharos han tomado la costumbre de pedir una remuneración cuando le lleva turistas a la ranchara, incluso el rancharo sin haberse lo solicitado. Incluso en ocasiones el turista se ha visto inconforme con el lancharo al verse "obligado" a comer en una ranchara específica y no donde el visitante desee.
Guías	Precios no unificados	No existe un control sobre el costo de una guianza, generándose una guerra del centavo frente al turista, a fin de obtener el trabajo.
	Número de turistas	A la llegada de un grupo, los guías se pelean por el número de turistas, sin llegar a un acuerdo equitativo en donde los visitantes sean repartidos en grupos para que varios guías tengan oportunidad de trabajo.
	Mal servicio prestado	Cuando un guía presta un mal servicio, entre ellos se genera un conflicto de culpabilidades, adicionando que varios de ellos no están capacitados en la calidad y veracidad de la información que brindan al turista.
Artesanos y Rancheros	Hora no adecuada de venta	El artesano no tiene un punto fijo de venta para su artesanía, lo que ha llevado a que éste se acerque a las ranchas a vender, incomodando en varias oportunidades al turista en su hora de almuerzo, y por ende generando un conflicto con el dueño de ranchara.
Guías y Lancharos	Guianza por parte del lancharo	El lancharo le ofrece al turista una guianza dirigida por él, dejando sin oportunidad de trabajo al guía.

Artisanos	Artisanos del interior	Entre los artesanos locales no se evidencia conflicto alguno, sin embargo en temporada llega mucho artesano del continente, aumentando la oferta de artesanías y disminuyendo las ventas de los artesanos locales.
------------------	------------------------	--

Para este punto se ha identificado los conflictos actuales entre los gremios, sin embargo queda por desarrollarse los potenciales conflictos socioambientales que pueden llegar a presentarse entre los operadores.

Revisando la base de datos obtenida de las encuestas que se realizaron a los diferentes gremios operadores, se determinó la frecuencia de uso de los recursos por los gremios, para luego así filtrar la información con el fin de determinar las frecuencias relativas, dando como resultado la Figura 26, en la que se puede ver que la fauna acuática puede ser un punto crítico de conflicto, pues existen 7 de 9 gremios ejerciendo presión sobre este mismo recurso; del mismo modo se puede observar en similar estado el agua dulce, la leña y la madera.

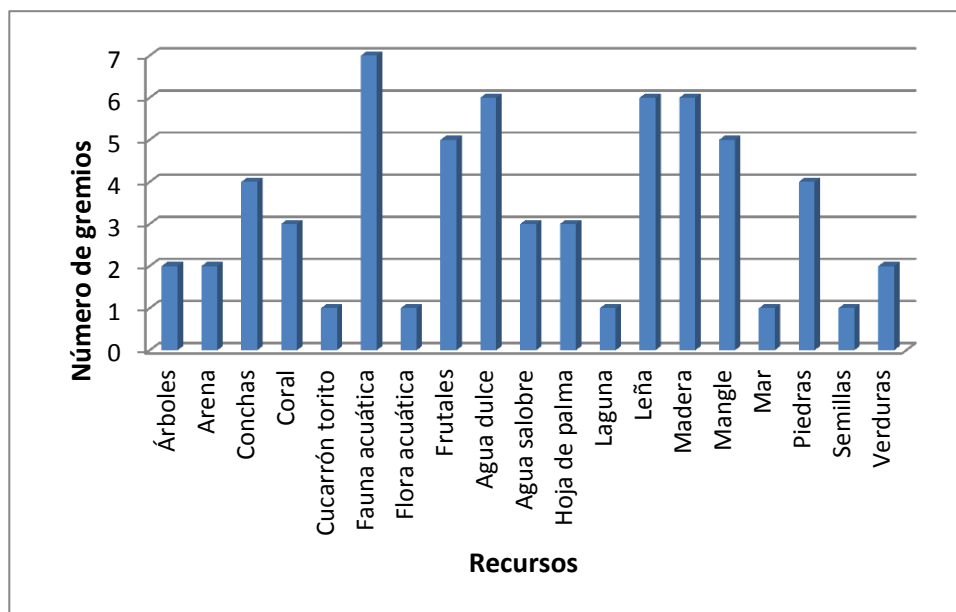


Figura 26: Presión sobre los servicios ecosistémicos por los gremios prestadores del servicio turístico – Isla Fuerte.

Paralelo a ello la Figura 27, permite visualizar mejor entre quienes podría haber conflicto por los recursos, reflejando para guías, hospederos, rancheros y artesanos, los gremios con mayor riesgo de presentarse disputa por los recursos, ya que comparten entre 10 y 13 recursos de 19 reportados.

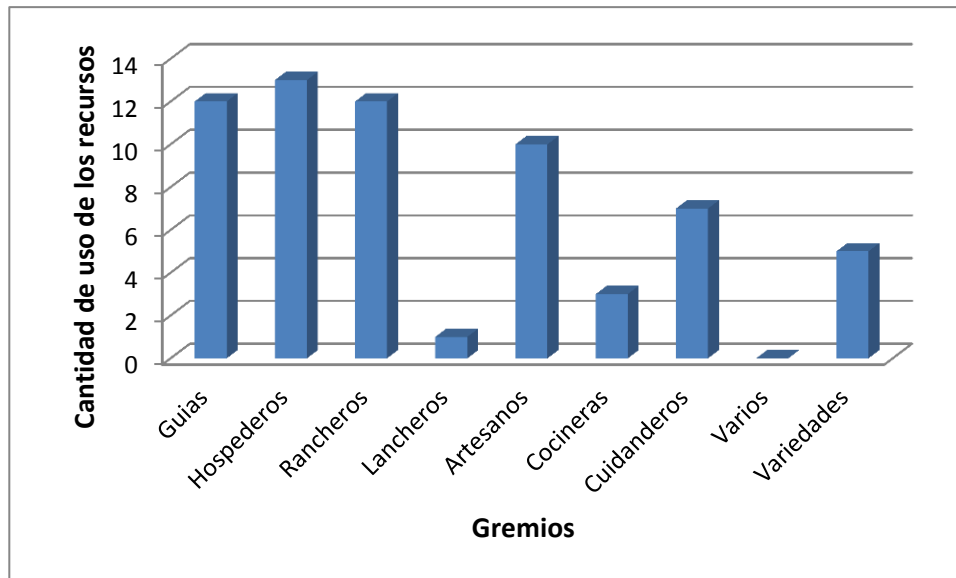


Figura 27. Potenciales conflictos socioambientales entre los gremios operadores- Isla Fuerte

No obstante, lo anterior hay que mirarlo con cuidado, ya que no necesariamente por la cantidad de recursos compartidos se puede presentar un conflicto, ya que depende del uso y de la cantidad que se extraiga frente al valor total disponible. Por ejemplo, el mar, no se ha registrado como recurso por parte de los lancheros, pero el tráfico de las lanchas afectan la calidad del agua y del ecosistema, por los vertimientos de residuos oleosos que éstas causan (MAVDT, 2001), generando así un potencial conflicto socioambiental, no por la cantidad de recurso utilizado sino por el uso que se le da a éste.

6.4. Para el Objetivo 4

Diseñar con un enfoque participativo estrategias que integren eficientemente a los actores prestadores del servicio turístico y que permitan el desarrollo del turismo en el marco de la sostenibilidad.

Bajo el panorama observado en Isla Fuerte, con un turismo desorganizado, una oferta y demanda desarticuladas entre sí y ausencia estatal; generando potenciales impactos negativos de la actividad sobre los recursos de los que depende la comunidad y el desarrollo del ecoturismo, se hace necesario, que la actividad turística se centre en el ordenamiento y la planificación territorial y de la actividad, además de una verdadera gestión por parte del Estado, apoyado incluso en entidades no gubernamentales, que garanticen el desarrollo de programas y acciones con el objeto de fortalecer la actividad turística bajo esquemas de planificación y profesionalismo (Cruz, et al, 2006).

Por lo anterior, el programa de Ecoturismo, está enmarcado en el Plan de Acción para el Desarrollo Sostenible que FIBDESS se encuentra diseñando de manera participativa para Isla Fuerte: surge de la necesidad de la comunidad isleña de dar un ordenamiento a la actividad turística con el fin de optimizar los recursos ecosistémicos que usan para la actividad y distribuir de manera equitativa los recursos económicos que se derivan de este sector.

El programa pretende organizar a los actores prestadores del servicio turístico y el uso que hacen de los recursos ecosistémicos que dan sustento a la operación, con el fin de dar sostenibilidad a esta importante actividad en la Isla; sin embargo, la falta de compromiso y disciplina de la comunidad ha conllevado a que los procesos que se han iniciado se ejecuten de forma lenta e ineficiente, sumado a varias capacitaciones recibidas sin ningún tipo de seguimiento y evaluación lo que dificulta la implementación del plan.

En la metodología de carácter participativo se puede tener sesgos de tipo social como: el comité de turismo está conformado de tal manera que no todos los gremios están representados de la misma manera, lo que hace que las decisiones no sean consultadas de manera equilibrada, sin embargo la conformación del grupo se dio de manera voluntaria y todos los actores tuvieron la misma oportunidad de participar.

Al hablar de ecoturismo y una operación sostenible se pretende que la actividad tenga una duración de largo plazo y genere oportunidades a las futuras generaciones, mitigando los impactos a nivel social, económico y ambiental que esta pueda generar en la comunidad y el ecosistema.

Para la definición del tipo de turismo que la comunidad quiere para la Isla y así mismo evaluar el tipo de turismo más apropiado para ésta, se realizó un taller específico de planeación llamado matriz de necesidad y disponibilidad de recursos, que se tomó de Geilfus (2002); este taller se adaptó para las necesidades de información para la formulación del programa. En este taller se enumeraron y describieron los recursos que tiene la Isla y se relacionaron con los tipos de turismo que existen, dando como resultado que el mayor potencial que tiene la isla es ecoturismo.

Es importante iniciar un proceso de transformación y adecuación de los operadores y la planta turística, que desde la comunidad se ha planteado el interés de encaminarlo hacia el ecoturismo, lo cual se determinó a través de reuniones participativas, como alternativa de desarrollo económico, social y ambiental. Sin embargo, es de mencionar que los isleños no tienen claro el concepto de ecoturismo planteado en la Ley 300 de 1996.

Por lo anterior, se hace necesario plantear las siguientes estrategias, dentro del plan de acción, los cuales están basados en la metodología de Evaluación de Proyectos Sociales (Formulación de Indicadores) desarrollada por Quintero (1998), en la cual se plantean planes, programas y proyectos que se articulan a través de sus objetivos e indicadores.

Así pues, para la definición de las estrategias para el programa de turismo se trianguló información proveniente del DRP, de FIBDESS y el levantamiento de información primaria por parte de la investigadora con la comunidad, arrojando un programa de ecoturismo con cuatro proyectos generales, descritos a continuación y visualizados en la tabla 9.

6.4.1. Programa de Ecoturismo

El programa de Ecoturismo tiene como objetivo el apoyar la iniciativa de organización de los operadores de Isla Fuerte en torno al turismo, con el fin de dar sostenibilidad a esta actividad como principal motor de desarrollo en la Isla. Para cumplir lo anterior el programa se dividió en cuatro proyectos: Administración Turística, Operación Turística, Cadena De Valor y Plan de negocios, que a continuación se describen.

6.4.1.1. Proyecto Administración Turística

En este proyecto se busca generar auto-regulación de las operaciones turísticas que se desarrollen en Isla Fuerte con el fin de darles sostenibilidad económica, social y ambiental, cumpliéndose bajo 4 objetivos específicos:

1. Crear de manera participativa un comité encargado de la administración de los servicios y recursos turísticos que oferta la isla, con este comité se desarrollaron los talleres participativos con representación de la mayoría de los gremios, lo que arrojó como resultado las alternativas de solución a los potenciales conflictos socioambientales identificados en el presente trabajo.

Objetivos del comité

- Creación de un punto de información turística,
- Desarrollar servicios complementarios como salvavidas, guardabosques, etc. para apoyar la operación turística.
- Generar un proceso de capacitación que permita a los operadores dar un mejor servicio. Aunque en La Isla se han traído varias capacitaciones por parte del SENA y otras instituciones, se determinó que estas capacitaciones no cuentan con prácticas y no tiene seguimiento, así pues se definen diferentes temas de capacitación para el turismo como son: Manipulación

de Alimentos, Patrón de Yate, Guianza Turística, Contabilidad, artesanías, Inglés, etc.

- Hacer control de calidad de los servicios y mantenimiento de la infraestructura turística de La Isla.
 - Administrar la operación turística de Isla Fuerte.
 - Medición de indicadores de turismo sostenible
2. Definir la ubicación y diseño de un punto de información turística en el cual se hará el control de reserva (Entrada y Salida de la Isla) de los turistas y se brindara información concerniente a la Isla, sus atractivos y operadores.

Objetivos del punto de información turística

- Hacer el registro y control de turistas y visitantes.
 - Informar al visitante de la oferta turística presente en La Isla.
 - Cobrar la entrada al turista para obtener recursos económicos que financien las actividades del comité y los operadores.
 - Controlar el ingreso de vendedores foráneos para generar oportunidades al comercio local mediante un cobro de impuesto.
 - El comité de turismo, el cual tiene representación de la mayoría de los gremios identificado es quien administrará el punto de información turística y tendrá como actividades la medición de indicadores y la regulación de actividades etc.
 - Hacer el control de calidad de la prestación de los servicios turísticos de la Isla y el mantenimiento de la planta y los recursos turísticos.
3. Promover el uso de buenas prácticas ambientales con el fin de proteger la biodiversidad.
4. Correr las capacidades de carga para la operación de actividades turísticas y lo relaciona directamente con algunos factores ambientales que pueden influir en dicha operación y el número de turista que se pueden operar bajo estos parámetros administrativos. Es de carácter obligatorio según la ley 300 de 1996.

6.4.1.1.2. Proyecto de Operación Turística

El objetivo del proyecto se encamina a diseñar e implementar una operación turística sostenible con el fin de organizar la actividad y conservar los recursos ecosistémicos (manglares, corales, praderas y Bosque seco) de los que ésta depende, definido en 3 objetivos específicos:

1. Diseñar varios senderos ecológicos que permita a los operadores del turismo de Isla Fuerte hacer recorridos de manera organizada; a lo largo de éstos se dispondrán diferentes servicios que permitan a los turistas visitar puntos de venta de artesanías, puntos de hidratación, tiendas, entre otros servicios complementarios.
2. Diseñar la señalización de los senderos y atractivos turísticos, y así mismo dar contenido a los mogadores que servirán como importante herramienta de interpretación.
3. Elaborar los guiones que estandaricen el contenido de las charlas de los guías, así como los protocolos de las actividades a desarrollar.

6.4.1.1.3. Proyecto Cadena de valor

Es importante determinar los atractivos, recursos y operadores de Isla Fuerte con el fin de desarrollar una operación turística con enfoque de calidad y servicio al cliente, por ello se ha encaminado el proyecto a desarrollar una cadena de valor de manera participativa con el fin de fortalecer la operación turística de Isla Fuerte en el marco del desarrollo sostenible, enmarcándose en 4 objetivos específicos:

1. Involucrar a los operadores de la actividad turística de Isla Fuerte en la elaboración de la cadena de valor.
2. Organizar la actividad turística del corregimiento de Isla Fuerte, para darle sostenibilidad.
3. Difundir buenas prácticas ambientales y sociales para la operación turística con el objeto de coadyuvar la sostenibilidad del turismo en La Isla.
4. Evaluar el desarrollado de las actividades turísticas con el fin de identificar los potenciales impactos negativos sobre la biodiversidad y los recursos turísticos de Isla Fuerte.

6.4.1.1.4. Proyecto de Plan de Negocios

Formular un plan de negocios para la implementación del Proyecto turístico de Isla Fuerte, ya que, se deben contemplar aspectos de mercadeo, publicidad, financieros, para tener la certidumbre de un negocio con buena proyección.

1. Realizar un análisis de mercado y una estrategia de comercialización
2. Definir y proyectar una empresa gestionada por la comunidad isleña
3. Evaluar los estados y las proyecciones financieras de la actividad turística de Isla Fuerte, con el fin de determinar las tasas internas de retorno y los presupuestos anuales.

Tabla 9. Estrategias para la implementación de un Programa de Ecoturismo en Isla Fuerte

Programa	Proyectos	Objetivos	Actividades	Indicadores
Ecoturismo	Administración turística	1. Generar auto-regulación de las operaciones turísticas que se desarrollen en Isla Fuerte con el fin de darles sostenibilidad económica, social y ambiental	1. Crear un comité de turismo	% de asistencia a las reuniones
			2. Generar un punto de información turística	Tiempo en horas/mes de operacion
			3. Buenas practicas ambientales	IBIS-TA
			4. Capacidad de carga	Capacidad de manejo, capacidad de carga efectiva y capacidad de carga real
	Operación turística	2. Diseñar y organizar la operación turística de Isla Fuerte	1. Diseño de senderos ecológicos	Número de senderos estandarizados
			2. Diseño de señalización e interpretación de senderos y atractivos turísticos	Estado y suficiencia de señalizacion e interpretacion
			3. Diseño de guiones y protocolos de la operación turística	NA
	Cadena de valor	3. Desarrollar una cadena de valor de manera participativa con el fin de fortalecer la operación turística de Isla Fuerte en el marco del desarrollo sostenible	a. Involucrar a los operadores en la operación turística	Número de personas de la comunidad involucradas
			b. Organizar la actividad turística	Número de atractivos organizados, senderos diseñados, y zonas de buceo reglamentadas
			c. Difundir buenas practicas ambientales y sociales	Número de operadores capacitados en buenas practicas
			d. Evaluar impactos	Ancho de senderos, estado de la vegetacion en atractivos y senderos
	Plan de negocios turísticos	4. Diseñar un plan de negocios con el fin de promover una empresa de turismo.	a. Análisis de mercado y estrategia de comercialización	Ventas anuales vs Material publicitario distribuido
			b. Definición de la empresa	NA
c. Estados y proyecciones financieras			Ejecucion de presupuesto y cumplimiento de metas financieras	

7. Conclusiones

La actividad turística es una oportunidad de empleo y creación de empresa para la comunidad isleña, sin embargo, es necesario que esto se haga a través del concepto de desarrollo sostenible, organizando a los prestadores del servicio turístico en un plan de acción a largo plazo que garantice la sostenibilidad ambiental y la sustentabilidad de la operación turística en la Isla. Ya que, es evidente que existe una presión sobre los servicios ecosistémicos, lo que hace imperativo generar un plan de manejo que regule la actividad turística y la comunidad en general (agricultores, pescadores, entre otros gremios que no se tuvieron en cuenta en el presente estudio).

Aunque existe una oferta turística interesante, los operadores del servicio no están ofertando en su totalidad los productos y servicios de la Isla, generando que el

visitante busque dicha oferta en los hoteles a las afueras de Puerto Limón, dejando recursos económicos fuera de la comunidad isleña, atentando contra la sustentabilidad del desarrollo de la comunidad de Isla Fuerte.

Luego de tener un panorama de la actividad turística de Isla Fuerte y al revisar los criterios de turismo sostenible del Global Sustainable Tourism Council (2011) (Anexo 3), se puede concluir que el turismo que se practica actualmente en la Isla, no está enmarcado dentro de la sostenibilidad, debido a la desorganización de los operadores, ejerciendo presión sobre los recursos naturales de Isla Fuerte, poniendo en riesgo la sustentabilidad de la actividad misma.

Los conflictos ambientales identificados, sumado a operaciones turísticas no sostenibles están atentando directamente contra la base ambiental que provee servicios ecosistémicos en La Isla, lo que amenaza directamente la sostenibilidad de las comunidades residentes.

El ecoturismo es el tipo de turismo identificado como el más adecuado a desarrollar en La Isla, entiendo este cómo aquella modalidad de turismo que se practica en áreas de interés ambiental y propende por el desarrollo sostenible (Ley 300 de 1996), por lo que cabe anotar que el turismo de sol y playa, que actualmente es el que más acogida tiene por los turistas, se encamine hacia una actividad enmarcada dentro del ecoturismo, así mismo cómo el turismo de aventura demandado por los visitantes de Isla Fuerte.

8. Recomendaciones

En primera instancia es importante integrar al plan de acción la visión de las instituciones gubernamentales y no estatales, los hoteles no tenidos en cuenta en el presente documento, y los operadores externos a la Isla, que contribuyen y operan en la actividad turística de Isla Fuerte.

Es preciso calcular la población flotante, y así mismo se debe tener en cuenta el turismo de investigación que se ha reportado en la Isla por varios años, pero en las temporadas bajas.

Es necesario hacer los estudios pertinentes para determinar la cantidad y suficiencia de los recursos ecosistémicos que la Isla ofrece tanto a turistas como residentes.

Es pertinente continuar con la cuantificación y caracterización de la oferta y demanda tanto en la Isla, como a nivel regional y nacional, para comprender mejor el comportamiento del turismo en estos dos niveles.

Partiendo de la conclusión sobre el ecoturismo como el mejor tipo de turismo para desarrollar en la Isla, y teniendo en cuenta que sólo se está capturando uno de cuatro tipos de ecoturistas, es necesario que la oferta turística de Isla Fuerte, se ajuste a los cuatro perfiles del ecoturista, y así mismo a la realidad del ecoturismo.

En relación al punto anterior, es urgente llevar a cabo un proceso que permita en paralelo al desarrollo del programa, el entendimiento del concepto del ecoturismo, la manera como se debe llevar a cabo y los beneficios que de éste se obtienen.

Se debe concientizar a los integrantes del Comité de Turismo de la importancia y beneficios de llevar un proceso más organizado, con altos niveles de compromiso y disciplina, para que sean ellos quienes ejemplifiquen la actividad turística de Isla

Por último, es importante que todo proceso y/o proyecto que se lleve a cabo en la Isla debe tener una presencia permanente por parte de la institución, y una continuidad y seguimiento del proceso a fin de que en realidad se vean los resultados de los objetivos planteados, y así mismo seguir asegurando la participación de la comunidad y la credibilidad de los isleños en los investigadores y entes de apoyo.

9. Referencias bibliográficas

- Aguilera, M; Bernal C; Quintero P. (2006) Turismo y desarrollo en el caribe colombiano, Cartagena de Indias, Colombia.
- Ariño, O.B. (2006) *Ordenación del territorio y turismo (Un modelo de desarrollo sostenible del turismo desde la ordenación del territorio)*. España, Barcelona.
- Boullón, R. (2006) Los planes de manejo. *Aportes y Transferencias*,10.
- CARDIQUE y Universidad Jorge Tadeo lozano. (2010). Sistema de Gestión Ambiental – SIGAM Archipiélago Islas del Rosario, San Bernardo e Isla Fuerte.
- Asociación Insular de Desarrollo Rural La Gomera (s.f.). Carta Europea de Turismo Sostenible en La Gomera, Parque Nacional de Garajonay. Ministerio del Medio Ambiente y Gobierno de Canarias, España.
- Cruz, J, & Zuñiga, V. (2006). Planificación turística en zonas costeras de Costa Rica. Algunas referencias a Playa Tamarindo (Santa Cruz, Guanacaste)
- Dachary, A. y S.M. Arnaiz. (2002). Globalización, Turismo y Sustentabilidad. Centro Universitario de la Costa. Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- de la Torre, O. (1980) *El turismo, fenómeno social*. Mexico.
- Durston, J. & Miranda, F. (2002) *Experiencias y metodología de la investigación participativa*. CEPAL, División de Desarrollo Social.
- Escobar, A. (2007). *Caracterización del estado de salud, usos y problemática ambiental de 5 parches coralinos de Isla Fuerte, Mar Caribe Colombiano*. Trabajo de Grado. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Estudios Ambientales y Rurales. Bogotá.
- FIBDES 2006, Programa de manejo integrado de las zonas costeras de Isla Fuerte. (Documento en preparación).
- Galindo C. 1998. Técnicas de Investigación en Sociedad, Cultura y Comunicación. Coedición Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y Addison Wesley Logman
- Geilfus, F. (2005) *80 herramientas para el desarrollo participativo*. Lica.
- Gobernación del Meta (s,f). Análisis de la experiencia de creación y consolidación del clúster turístico en el departamento del Meta.
- Godínez, M. (2003) Percepciones del sector turismo sobre el ambiente, los servicios ecosistémicos y las instituciones relacionadas con la conservación del ecosistema de selva baja caducifolia en la costa sur de Jalisco. México. pp. 146
- Gonzales, G; Morales, B.; Gómez, D. (2007). *Programa de manejo integrado y Desarrollo Social Sostenible de la zona costera de Isla Fuerte*,

Caribe colombiano. Diagnóstico ambiental general de Isla Fuerte, Cartagena- Bolívar. Informe interno. Fundación para la Investigación en Biodiversidad y Desarrollo Social Sostenible – FIBDESS -, y Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá

- Guevara, A.A. & Campos, M.V. (2009) *Turismo sustentable. El equilibrio necesario en el siglo XXI*. México D.F.
- Gunn, Clare A. Var, Turgut. (2002) *Tourism planning: basics, concepts, cases*. pp. 442
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura – IICA. (2009). *Diagnóstico de turismo rural en el Brasil: Un concepto en construcción*.
- Ledec, G. (1992) *Lineamientos para preparar planes de manejo de parques nacionales y otras áreas protegidas*. Ponencia en el cuarto Congreso Mundial de Parques Nacionales y Áreas Protegidas, Caracas, Venezuela. pp. 7
- MAVDT, (2009). *Política Nacional para la gestión integral de la biodiversidad y sus servicios ecosistémicos*.
- MAVDT, (2001). *Política Nacional Ambiental para el Desarrollo Sostenible de los Espacios Oceánicos, Zonas Costeras e Insulares*.
- Millennium Ecosystem Assessment, 2003. *Ecosystems and Human Well-being: A Framework for Assessment* (Island Press), pp. 1–25
- Ministerio de Comercio, industria y turismo. (2008) *Política Nacional de Turismo. Plan sectorial de turismo 2008-2010 “Colombia, destino turístico de clase mundial”* pp. 57
- Ministerio de Comercio, industria y turismo. (1996). *Ley 300 de Turismo 1996*.
- Morales, D. (2007) *Estudio sobre el Sector Turismo en Colombia*. pp. 68
- INCONTEC, 2006. *Norma Técnica Sectorial-Turismo Sostenible*
- Ortiz, S. (2007) *Base para el mejoramiento del desarrollo y gestión de la actividad turística sostenible en Isla Fuerte, Colombia*.
- Quintero, V. (1998) *Evaluación de proyectos Sociales (Construcción de indicadores)*. 4 Edición. Editorial Fundación Para La Educación Superior (FES). Cali, Colombia pp. 338
- Quintero, (2008) *Informe de la Práctica social desarrollada en Isla Fuerte, en el marco del turismo*
- Ramos, A. (2004) *Ecoturismo: El potencial de Colombia para el mercado de Europa Occidental: La oferta*
- Rome, A. (1999) *Monitoreo de los Impactos Turísticos: Un examen de metodologías y recomendaciones para el desarrollo de programas de monitoreo en América Latina*. Nature Conservancy.

- Sancho, A. (2000) Introducción al turismo. *Organización Mundial del Turismo, España*.
- Sarasti, H.G. (2004) Ecoturismo sostenible: Una caracterización del potencial que tiene Colombia en la Unión Europea: La Demanda.
- Spadoni E. (s,f) Los Conflictos socioambientales en el contexto Latinoamericano. Fundación Cambio Democrático.
- Such Devesa, M.J., Zapata Aguirre, S., Risso, W.A., Brida, J.G., Pereyra, J. (2009) Turismo y crecimiento económico. Estudios y perspectivas en Turismo, vol.18, núm.1, pp. 21-35. Centro de investigaciones y Estudios Turísticos, Argentina.
- Taylor, S. J y Bogdan, R (1987). Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados. Ediciones Piados Ibérica, S. A. y Editorial Piados. Barcelona pp.15-27
- Turner, T. (2008). Primeros Criterios Globales de Turismo Sostenible en el Congreso Mundial de Conservación. Barcelona, España.

Páginas web

- Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2010), <http://www.ilo.org/public/spanish/dialogue/sector/sectors/tourism/emp.htm>
- Organización Mundial del Turismo (OMT, 2010). Barómetro OMT del Turismo Mundial, Volumen 8, Número 3, Octubre 2010. http://mkt.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom10_3_sp.pdf
- Travel Forever, Global Sustainable Tourism Council (2011) <http://new.gstcouncil.org/page/adopt-the-criteria>

10. Anexos

Anexo 1. Encuesta aplicada a los prestadores del servicio turístico

Encuesta # _____

Encuesta para prestadores del servicio turístico-Isla Fuerte, Caribe Colombiano

Buen día. Estamos desarrollando un estudio acerca del turismo en la Isla, y su opinión es muy importante para nosotros. ¿Sería tan amable de responder unas preguntas que le tomarán 10 minutos?

Información General

Fecha: _____

Edad:

Entre 18 y 25	De 25 a 35	De 36 a 45	De 46 a 55	Más de 56
---------------	------------	------------	------------	-----------

Sexo:

Masculino	
Femenino	

Nivel de escolaridad:

Primaria	
Secundaria	
Técnico	
Superior/Universitario	
Otro ¿Cuál?	

1. ¿Qué servicio turístico presta?

Guía	
Lanchero	
Artesano	
Hospedero	
Restaurante	
Otro ¿Cuál?	

2. ¿Hace cuánto desarrolla la actividad?

Menos de 1 año	
Entre 1 y 3 años	
Entre 3 y 5 años	
Entre 5 y 7 años	
Entre 7 y 9 años	
Más de 10 años	

3. ¿Cuál es el costo promedio diario (en pesos) para el turista por la actividad que usted desarrolla?

Menos de \$10.000	
Entre \$10.000 y 25.000	
Entre \$25.000 y 40.000	
Entre \$40.000 y 60.000	
Entre \$ 60.000 y 85.000	
Más de \$85.000	

4. ¿Cuánto ha invertido en promedio de dinero en el funcionamiento de esta actividad?

Menos de \$200.000	
Entre \$200.000 y 500.000	
Entre \$500.000 y 1.000.000	
Entre \$1.000.000 y 1.500.000	
Entre \$ 1.500.000 y 2.000.000	
Más de \$2.000.000	

5. ¿Esta actividad la realiza solo? Si su respuesta es No, por favor especificar con cuantas personas más realiza la actividad.

Si	
No	

Número de personas que realizan la misma actividad con Usted: _____

	Niños 0-12		Jóvenes 13-18		Jóvenes 19-25		Adultos 25-45		Adultos 45-60		Mayores de 60	
Familiares ¿Cuántos?												
Amigos ¿Cuántos?												
Colegas ¿Cuántos?												
Otros ¿Quiénes y cuántos?												
Sexo	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M

6. ¿Qué tanto le satisface económicamente la prestación del servicio en la actividad turística? (Una sola opción)

Muy satisfecho	
Satisfecho	
Ni satisfecho, ni insatisfecho	
Insatisfecho	
Muy insatisfecho	

7. ¿Cuál es su ingreso neto promedio por temporada turística? (Una sola opción)

Menos de \$500.000	
Entre \$500.000 y 1.000.000	
Entre \$1.000.000 y 2.000.000	
Entre \$2.000.000 y 2.500.000	
Más de 2.500.000	

8. ¿Qué tipo de preparación tiene usted para realizar esta actividad?

Experiencia ¿Cuántos años?	
Técnico	
Profesional	
Otro ¿Cuál?	

9. ¿Qué recursos naturales utiliza usted para el desarrollo de la actividad turística? (Sin límite de opciones)

Arrecifes coralinos	
Conchas	
Pescados y mariscos	
Laguna	
Mangle	
Madera	
Leña	
Playas	
Arena	
Manglares	
Mar	
Agua	
Piedras	
Otro ¿Cuál?	

Si dentro de su respuesta está pescados y mariscos, por favor especificar cuáles

_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

10. ¿En qué lugar o zona de la isla desarrolla o presta usted el servicio turístico?

El Tun-Tun	
El árbol que camina	
El Faro	
La cueva de Morgan	

La Bonga	
La Laguna	
Playa Punta Arenas	
Playa El Latal	
Playa San Diego	
Playa La Cebolleta	
Punta El Ingles	
Manglar El Ingles	
Arrecifes coralinos	
El bajo (Buceo)	
Otro ¿Cuál?	

11. ¿Alguna vez ha tenido algún conflicto con otro compañero prestador del servicio turístico a la hora de prestar el servicio? (Si su respuesta es Sí, pasar a la pregunta 12, si su respuesta es No pasar a la pregunta 14).

Si	
No	

12. ¿Con quién ha tenido conflictos en la prestación del servicio turístico? (Sin límite de opciones)

Guía	
Lanchero	
Artesano	
Hospedero	
Restaurante	
Otro ¿Cuál?	

13. ¿Qué tipo de conflicto ha tenido con el otro prestador del servicio turístico?

Por el número de turistas para prestarles el servicio	
Por los precios	
Por el mal servicio prestado	
Por los recursos naturales	
Por los recursos de infraestructura	
Por incumplimiento de normas	
Otro ¿Cuál?	

14. ¿Conoce de algún conflicto entre los prestadores del servicio turístico? Si su respuesta es Si pasar a la pregunta 17, si su respuesta es No pasar a la pregunta 18

Si	
No	

15. ¿Entre quienes conoce o ha visto conflictos?

Entre guías	
Entre lanqueros	
Entre artesanos	
Entre hospederos	
Entre restaurantes	
Entre guía y lanquero	
Entre guía y artesano	
Entre guía y hospedero	
Entre guía y restaurante	
Entre lanquero y artesano	
Entre lanquero y hospedero	
Entre lanquero y restaurante	
Entre artesano y hospedero	
Entre artesano y restaurante	
Otro ¿Cuál?	

16. ¿Cuál cree es el nivel de satisfacción del turista frente a los servicios prestados?

Muy satisfecho	
Satisfecho	
Ni satisfecho, ni insatisfecho	
Insatisfecho	
Muy insatisfecho	

17. ¿Le gustaría que aumentara el número de turistas al año? ¿Por qué?

Si	
No	

Porque _____

18. ¿Cree usted que podría mejorar el servicio turístico prestado? ¿Cómo?

Si	
No	

Nuevamente le agradecemos su amable colaboración por aceptar diligenciar este formulario.

La información consignada será confidencial.

Anexo 2. Encuesta aplicada a los turistas

Encuesta # _____

Encuesta para el turista-Isla Fuerte, Caribe Colombiano

Buen día. Se está realizando un estudio acerca del turismo en la isla, y su opinión es muy importante para nosotros. ¿Sería tan amable de responder unas preguntas que le tomarán 10 minutos?

Información General

Fecha: _____

Lugar de procedencia:
nacionales):

Estrato (Sólo para turistas)

País:
Ciudad:
Municipio:

1	2	3
4	5	6

Edad:

Entre 18 y 25	De 26 a 35	De 36 a 45	De 46 a 55	Más de 56
---------------	------------	------------	------------	-----------

Sexo:

Ocupación:

Masculino	
Femenino	

Empleado	
Independiente	
Ama de casa	
Estudiante	
Desempleado	
Otro ¿Cuál?	

1. ¿Es su primer viaje a la isla? (Una sola opción)

Si	
No	

Si su respuesta es No, ¿Cuántas veces ha venido anteriormente? (Una sola opción)

Una vez	
Dos veces	
Tres veces	
Más de tres veces ¿Cuántas veces?	

2. ¿Cuántas noches se alojó usted en la isla? (Una sola opción)

Ninguna		5	
1		6	
2		7	
3		8	
4		Más de 8 (Especifique)	

3. ¿Quién lo acompaña durante este viaje? (Especifique)

	Niños 0-12		Jóvenes 13-18		Jóvenes 19-25		Adultos 25-45		Adultos 45-60		Mayores de 60	
Nadie												
Familiares ¿Cuántos?												
Amigos ¿Cuántos?												
Colegas ¿Cuántos?												
Grupo turístico ¿Qué compañía?												
Otros ¿Quiénes y cuántos?												
Sexo	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M

4. ¿Por qué razón eligió usted venir a esta isla? (Sin límite de opciones)

Visita a amigos y/o familiares	
Negocios/convenciones	
Sol-playa	
Recreo/Paseo	
Descanso	
Por conocer	

Historia cultural	
Historia natural	
Investigación	
Otro ¿Cuál?	

5. ¿Qué le impulsó a escoger la isla como destino de su visita? (Sin límite de opciones)

Idea propia	
Recomendación de un amigo y/o familiar	
Propaganda en Internet/Página web	
Propaganda en revista/periódico	
Propaganda en agencia de viaje	
Otro ¿Cuál?	

6. ¿Dónde ha sido su alojamiento?

Hotel (Especifique cuál)	
Habitación (Especifique donde)	
Casa de un familiar	
Casa de un amigo	
Camping	
Otro ¿Cuál?	

**7. ¿Hasta qué punto influyeron las áreas naturales de la isla en su decisión de venir aquí?
(Una sola opción)**

Motivo principal	
Importante, influyó en mi decisión	
Relativamente importante	
No influyó en mi decisión	

8. ¿Qué atractivos turísticos conoce o visitó de la isla? (Sin límite de opciones)

El Tun-Tun	
El árbol que camina	
El Faro	
La cueva de Morgan	
La Bonga	
La Laguna	
Playa Punta Arenas	

Playa El Latal	
Playa San Diego	
Playa La Cebolleta	
Punta El Ingles	
Manglar El Ingles	
Arrecifes coralinos	
El bajo (Buceo)	

9. Mencione los cinco (5) atractivos turísticos que más le haya gustado

10. ¿Qué actividades realizó en la isla? (Sin límite de opciones)

Sol y playa	
Careteo	
Buceo	
Caminata alrededor de la isla	
Caminata/visita a los atractivos turísticos	
Avistamiento de aves	
Otro ¿Cuál?	

11. ¿Qué otras actividades le gustaría haber realizado en la isla?

_____	_____
_____	_____
_____	_____

12. ¿Qué platos consumió? (Sin límite de opciones)

Langosta	
Camarón	

Ceviche de camarón	
Ceviche de langosta	
Tiburón	
Cangrejo	
Caracol	
Pargo rojo	
Pargo loro	
Sierra	
Carito	
Otro ¿Cuál?	

13. ¿Qué platos le hubiese gustado encontrar?

_____	_____
_____	_____
_____	_____

14. ¿Cuál ha sido en promedio los gastos por persona en la isla? (Una sola opción)

Menos de \$200.000 (100 dólares)	
Entre \$200.000 y 500.000 (100 y 250 dólares)	
Entre \$500.000 y 1.000.000 (250 y 500 dólares)	
Entre \$1.000.000 y 1.500.000 (500 y 1.000 dólares)	
Más de 1.500.000 (Más de 1.000 dólares)	

15. ¿Qué tan satisfecho se siente con los gastos invertidos en la isla? (Una sola opción)

Muy satisfecho	
Satisfecho	
Ni satisfecho, ni insatisfecho	
Insatisfecho	
Muy insatisfecho	

16. ¿Qué tan satisfecho se siente con los servicios obtenidos en la isla? (Una sola opción)

Muy satisfecho	
----------------	--

Satisfecho	
Ni satisfecho, ni insatisfecho	
Insatisfecho	
Muy insatisfecho	

17. En su opinión ¿En qué estado encuentra los escenarios naturales? (Una sola opción)

Playas

Excelentes	
Buenas	
Regulares	
Malas	
Pésimas	

Formaciones coralinas

Excelentes	
Buenas	
Regulares	
Malas	
Pésimas	

Senderos y formaciones vegetales

Excelentes	
Buenas	
Regulares	
Malas	
Pésimas	

18. ¿Cuál es su promedio de ingresos mensuales? (Una sola opción)

Menos de \$500.000 (250 dólares)	
Entre \$500.000 y 1.000.000 (250 y 500 dólares)	
Entre 1.000.000 y 1.500.000 (500 y 800 dólares)	
Entre 1.500.000 y 2.500.000 (800 y 1250 dólares)	
Entre 2.500.000 y 5.000.000 (1250 y 2500 dólares)	
Más de 5.000.000 (Más de 2500 dólares)	

19. ¿Volvería Usted a la isla? ¿Por qué?

Si	
No	

Porque_____

20. ¿Recomendaría a otros visitar la isla? ¿Por qué?

Si	
No	

Porque_____

Nuevamente le agradecemos su amable colaboración por aceptar diligenciar este formulario.

La información consignada será confidencial.

Anexo 3. Tabla de criterios de sostenibilidad para la actividad turística

A. Demostrar una gestión sostenible eficaz	SI	NO	N/A
• A.1. La empresa (en este caso el Comité de Turismo) ha puesto en práctica un sistema de gestión sostenible que se ajusta a su realidad y tamaño y tiene en cuenta cuestiones ambientales, socioculturales, de calidad, salud y seguridad.		x	
• A.2. La empresa está en cumplimiento con todas las leyes internacionales y locales y las regulaciones (incluyendo, entre otros, aspectos de salud, seguridad, trabajo y medio ambiente).		x	
• A.3. Todo el personal recibe formación periódica sobre su papel en la gestión de actividades ambientales, socioculturales, de salud y de seguridad.		x	
• A.4. La satisfacción del cliente se mide y las acciones correctivas son tomadas en cada caso.		x	
• A.5. Los materiales promocionales son exactos y completos y no prometen más de lo que puede ser ofrecido por la empresa.		x	
A.6. Diseño y construcción de edificios e infraestructuras	SI	NO	N/A
• A.6.1. Cumplir con la zonificación local y las áreas protegidas o de patrimonio		x	
• A.6.2. Respeto por el entorno del patrimonio natural o cultural de emplazamiento, diseño, evaluación de impacto, y los derechos y adquisición del terreno		x	
• A.6.3 El diseño y la construcción de edificios e infraestructuras utilizan, en adecuación al contexto local, los principios de construcción sostenible.		x	
• A.6.4 Facilitar el acceso de personas con necesidades especiales.		x	
• A.7. Se facilita a los clientes información para el conocimiento y la interpretación de los entornos naturales, la cultura local y el patrimonio cultural y se les explica cuáles son los comportamientos apropiados en las visitas a zonas naturales, culturas vivas y sitios del patrimonio cultural.		x	
B. Maximizar los beneficios sociales y económicos para la comunidad local y minimizar los impactos negativos	SI	NO	N/A
B.1. La empresa apoya activamente las iniciativas para el desarrollo de la comunidad social y de infraestructura, incluyendo, entre otros, la educación, la salud y el saneamiento.		x	
B.2. Los residentes locales están empleados, incluso en puestos de gestión. La capacitación se ofrece como sea necesario.		x	
• B.3. La empresa adquiere bienes y servicios locales o procedentes del comercio justo, cuando los hay.		x	
• B.4. La compañía ofrece los medios para que los pequeños empresarios locales puedan desarrollar y vender productos sostenibles que se basan en la naturaleza de la zona, la historia y la cultura (incluyendo alimentos y bebidas, artesanías, artes dramáticas, productos agrícolas, etc.)	x		
• B.5. Existe un código de conducta para las actividades desarrolladas en las comunidades indígenas y locales, con el consentimiento y la colaboración de la comunidad.			x
• B.6. La empresa ha puesto en práctica una política de lucha contra la explotación comercial (comprendida la explotación sexual), en particular de niños y adolescentes.		x	
• B.7. La empresa contrata en condiciones de igualdad a mujeres y miembros de minorías locales (también en puestos de dirección) e impide el trabajo infantil.		x	

C. Maximizar los beneficios para el patrimonio cultural y minimizar los impactos negativos.	SI	NO	N/A
• C.1. La empresa sigue las directrices o el código de comportamiento fijados para las visitas a sitios de importancia cultural o histórica a fin de minimizar los efectos negativos del turismo y maximizar los positivos.			x
• C.2. Las piezas históricas y arqueológicas no son objeto de venta, operaciones comerciales o exposición, salvo cuando la ley lo permite.	x		
• C.3. La empresa contribuye a la protección de importantes bienes y sitios históricos, arqueológicos, culturales y espirituales locales y no impide acceder a ellos a los residentes locales.	x		
• C.4. La empresa utiliza elementos del arte, la arquitectura o el patrimonio cultural locales en sus actividades, diseño, decoración, alimentación o comercios respetando los derechos de propiedad intelectual de las comunidades locales.			x
D. Maximizar los beneficios para el medio ambiente y minimizar los impactos negativos.	SI	NO	N/A
D.1 Conservación de los recursos			
D1.1. La política de compras favorece los productos amigables con el medio ambiente		x	
D.1.2. La compra de artículos desechables y consumibles se mide, y el negocio busca activamente formas de reducir su uso.		x	
D.1.3. El consumo energético debe ser moderado y han de indicarse las fuentes, adoptarse medidas de reducción del consumo global y fomentarse el uso de energías renovables.		x	
D.1.4. El consumo de agua debe ser medido, han de indicarse las fuentes y han de adoptarse medidas para reducir el consumo global.		x	
D.2 Reducción de la contaminación			
D.2.1. La emisión de gases de efecto invernadero de todas las fuentes controladas por la empresa es medida y se aplican procedimientos de reducción y compensación en aras de la neutralidad climática.		x	
D.2.2. Las aguas residuales (aguas grises incluidas) se tratan eficazmente y se reutilizan siempre que es posible.	x		
D.2.3. Un plan de manejo de residuos sólidos se lleva a cabo, con metas cuantitativas para reducir al mínimo los residuos que no se reutiliza o recicla.		x	
D.2.4. El uso de sustancias nocivas, tales como plaguicidas, pinturas, desinfectantes piscina de natación, y materiales de limpieza, se reducen al mínimo, sustituyendo cuando sea posible, con productos inocuos, y todo uso de productos químicos se gestiona adecuadamente.		x	
D.2.5. La empresa implementa prácticas para reducir la contaminación del ruido, contaminantes ligeros, la escorrentía, la erosión, los compuestos que agotan la capa de ozono, y el aire y el suelo.		x	
D.3 Conservación de la biodiversidad, los ecosistemas y paisajes			
D.3.1. Las especies silvestres se consumen, exponen, y se venden en el comercio internacional, como parte de una actividad regulada que asegure que su utilización sea sostenible.			x
D.3.2. No hay animales silvestres en cautiverio, a excepción de las actividades reguladas adecuadamente.	x		
D.3.3. La empresa utiliza especies autóctonas para jardinería y restauración, y toma medidas para evitar la introducción de especies exóticas invasoras.	x		
D.3.4. La empresa contribuye a la conservación de la biodiversidad, lo que entraña el apoyo a espacios naturales protegidos y zonas de alto valor en cuanto a biodiversidad.		x	
D.3.5. Las interacciones con especies silvestres no deben producir efectos adversos en la viabilidad de las poblaciones en estado salvaje, y cualquier alteración a los ecosistemas naturales se reduce al mínimo.			x