

La Conservación de la Biodiversidad y los Servicios Turísticos

Biodiversity Conservation and Tourism Services

Matilde Encabo*, Yusara Mastrocola, Victoria Vázquez

Palabras clave:
Áreas Naturales
Protegidas, Turismo
y Recreación,
Agencias de viaje
Keywords:
Protected Natural
Areas, Tourism and
Recreation, Travel
agencies

ABSTRACT

Biodiversity is an attractive for millions of tourists that travel around the world. However, influence on the environment by tourism, might cause the extinction of species or interfere in their ecological processes.

Although there are initiatives to create wider environmental responsibility for touristic agencies, their responsibility is still weak giving priority almost exclusively to economic aspects.

In Patagonia Argentina, there are territories that conserve the biodiversity, natural protected areas, that are tourist destinations offered to the demand of this type of tourism in nature.

According to the model of recreation and tourism in conservation and best practice, touristic services, have to contribute to protecting the natural systems they use to assure their own activity and to improve environmental aspects involved in touristic operations.

We proposed to investigate the knowledge travel agencies in Neuquén City (Neuquén Province, Argentina) have about the natural protected areas in which they operate.

The methodology used was a structured survey.

Some of the results were: 25 % of the travel agencies did not know the name of the natural protected areas (NPAs) in which they operate. Forty five percent of the travel agencies confused the name of NPAs with cities or other natural attractions. Ten percent of the travel agencies knew the name of the NPAs in which they work.

Some conclusions were made. First, travel and other touristic service agents in Neuquén city should be trained in natural protected areas. Second, Subjects about natural resources should be implemented during the last years of the tourism university course to provide professionals with more scientific knowledge on natural systems and conservation.

RESUMEN

La biodiversidad es un atractivo para millones de turistas que viajan alrededor del mundo. Sin embargo la presión ejercida, por el uso turístico sobre la misma puede provocar la desaparición de especies o la interferencia en los procesos ecológicos que la sostienen.

Si bien existen iniciativas en pos de generar una mayor responsabilidad ambiental en los empresarios de los servicios turísticos, ésta es aún débil, priorizándose, casi exclusivamente, los aspectos económicos.

En la Patagonia Argentina encontramos territorios que conservan la biodiversidad, las áreas naturales protegidas, que son destinos turísticos ofrecidos a la demanda de este tipo de turismo en naturaleza.

Los servicios turísticos, desde la perspectiva del modelo recreación y turismo en conservación y desde las buenas prácticas ambientales, deben aportar a la protección de los sistemas naturales que usan, para asegurar la propia actividad y para mejorar los aspectos ambientales de la operación turística.

Nos hemos propuesto indagar en el conocimiento que las agencias de viaje de Neuquén capital, provincia del Neuquén, Argentina, poseen acerca de las áreas naturales protegidas donde operan. La metodología utilizada fue la encuesta estructurada.

Algunos resultados: 1-El 25 % de las agencias de viaje desconocen el nombre de las áreas naturales protegidas (ANP) con las que operan. 2-El 45 % de las Agencias confunden el nombre del ANP con ciudades o con atractivos visitados. 3-El 10 % de las agencias conocen el nombre del ANP donde trabajan.

Algunas conclusiones: 1- Es necesario realizar capacitaciones a prestadores de servicios turísticos de la ciudad de Neuquén en la temática área natural protegida. 2- Se debería implementar asignaturas en relación a los recursos naturales en los últimos años de las carreras de Turismo para formar profesionales con mayores conocimientos científicos de los sistemas naturales y su conservación.

INTRODUCCIÓN

Los sistemas naturales de la Argentina proveen una enorme diversidad de bienes y servicios que le permiten al hombre satisfacer diferentes necesidades de alimentación, abrigo, resguardo, recreación y esparcimiento, entre otras (APN, 2006). Sin embargo, un número importante de estos sistemas naturales se encuentran amenazados. Esto se debe principalmente a los impactos ambientales producidos por el cambio de uso del suelo, la generación de desechos y la degradación de los recursos naturales (WWF, 2010). Esta situación es producto fundamentalmente de la inadecuada valoración que la sociedad hace de los sistemas naturales (Figueroa, 2009).

Las áreas naturales protegidas constituyen una de las principales herramientas de gestión ambiental para el resguardo de los ecosistemas naturales y de las especies animales y vegetales que allí habitan y que en muchos casos, son aprovechados como insumo para el turismo y la recreación.

El Convenio sobre la Diversidad Biológica define la diversidad biológica o biodiversidad como "la variabilidad de organismos vivos de cualquier fuente, incluidos, entre otras cosas, los ecosistemas terrestres y marinos y otros ecosistemas acuáticos y los complejos ecológicos de los que forman parte; comprende la diversidad dentro de cada especie, entre las especies y de los ecosistemas" (CDB, 1992: 3-4). La importancia de esta definición es que se contempla a la diversidad biológica en tres niveles: genética, de especies y de ecosistemas.

Las áreas naturales protegidas son esenciales para la conservación de la biodiversidad. Están destinadas a mantener

ecosistemas naturales operativos, actuar como refugios para las especies y mantener procesos ecológicos esenciales.

En la actualidad, existe un enorme y creciente interés en el mundo natural, y las áreas naturales protegidas proporcionan la oportunidad de interactuar con la naturaleza (Dudley, 2008).

"Las Áreas Naturales Protegidas, sean nacionales, provinciales o municipales, son espacios naturales destinados a mantener la biodiversidad en todas sus manifestaciones (tanto de las especies como de los ecosistemas). Tienen un gran atractivo debido a su alta naturalidad y paisajes superlativos. La denominación de Parque Nacional está asociada a un turismo basado en la naturaleza, un símbolo de ambiente natural de alta calidad, con una infraestructura bien diseñada para el turista" (Encabo et al., 2012: 18).

Las empresas de servicios turísticos operan en las áreas naturales protegidas, haciendo uso de esa diversidad biológica protegida por la sociedad, por lo tanto, existe una responsabilidad empresarial en realizar buenas prácticas ambientales. Dentro de las buenas prácticas está el tener conocimiento de los sistemas naturales de las ANP y difundir la información a los usuarios, visitantes de dichas áreas (Rainforest Alliance, 2009).

La responsabilidad ambiental de los servicios turísticos es aún muy débil dado que, "...debe existir una regulación acorde sobre la materia" (Vargas et al., 2011: 186). En muchos países, los aspectos ambientales de las empresas turísticas no son tenidos en cuenta, dado que responden a un modelo turístico "...que tiene por objetivo atraer el máximo número posible de visitantes..." (Pardelas & Padín, 2004: 5), donde sólo se toman en cuenta los aspectos de beneficios económicos empresariales, mientras que los ambientales son de "...cumplimiento voluntario y no impositivo por parte de las empresas..." (Vargas et al., 2011: 187)

apelando a la sensibilización ambiental, a la buena voluntad y a la ética (Legorreta Ramírez *et al.*, 2010).

“Entre las iniciativas del sector turismo a la conservación están la certificación para la sostenibilidad turística (...) en función de un conjunto de criterios preestablecidos que buscan recompensar aquellos servicios turísticos que se desarrollan bajo prácticas eficientes” (Vargas Ulate, 2009: 63). En general las certificaciones son financiadas y desarrolladas por asociaciones empresariales (Rainforest Alliance, 2002) y no por organismos gubernamentales en relación a la conservación, ni por ámbitos académicos públicos.

Objetivos

- Conocer si las agencias de viaje de Neuquén prestan servicios turísticos en áreas naturales protegidas de la Argentina.
- Indagar en el conocimiento que las agencias de viaje de Neuquén capital poseen acerca de las áreas naturales protegidas donde prestan servicios.
- Conocer la implementación de “buenas prácticas ambientales” de las agencias de viaje para un turismo sustentable en áreas naturales protegidas.

MARCO TEÓRICO

Biodiversidad y Turismo

La biodiversidad puede ser descrita como la diversidad de vida en la tierra. Sin embargo el 45% de los bosques mundiales han sido talados y otros ecosistemas como humedales, arrecifes de coral están amenazados (WWF, 2010).

Muchos turistas visitan áreas naturales protegidas, todas con biodiversidad

significativa. Esa modalidad de turismo en naturaleza se define como aquel que plantea una interrelación más estrecha con la naturaleza, preocupada en la conservación de los recursos naturales y sociales del área en que se efectúa la actividad turística (SECTUR México, s/f).

El turismo tiene una gran y cada vez, creciente huella ecológica que incrementa el impacto sobre ecosistemas ya frágiles (Paz Barreto, 2011). Tanto los visitantes, los planificadores, operadores, gobierno, inversores y profesionales tienen un inherente interés en la conservación y uso sustentable de los recursos, ya que son después de todo, el activo esencial para la industria del turismo (CDB, 2005). Es en este contexto que los actores deben relacionar “...la ética ambiental con el turismo, pues éste usa el entorno natural como marco para la realización de actividades...” (Legorreta Ramírez *et al.*, 2010: 407).

En el disfrute de productos de la biodiversidad, la industria del turismo impacta sobre la fauna, la flora y sus hábitats. Esos daños no solo son en detrimento de la biodiversidad del mundo sino de la misma industria del turismo. Informar a los visitantes las actividades de las empresas de servicios turísticos con la biodiversidad, puede beneficiar directamente el negocio mediante el incremento de clientes e ingresos. También puede ser usado como promoción. Algunas iniciativas en biodiversidad también califican para apoyarlas económicamente (<http://www.businessandbiodiversity.org/tourism.html>).

La pérdida global de biodiversidad se ha transformado en uno de los mayores problemas ambientales. El sector turístico tiene tanto una fuerte influencia en la pérdida de biodiversidad como un rol a tomar en su conservación (Unión Europea de Negocios y Plataforma para la Biodiversidad, s/f).

“El turismo ha generado un crecimiento

económico muy fuerte sin tener en cuenta suficientemente, ni el uso racional del territorio ni la conservación de los sistemas naturales" (Saz Gil & Carús Rabalaygua, 2008: 147). Ante esta realidad se hace hincapié en que la sustentabilidad, en el campo del turismo, es la base para proteger la biodiversidad, la cultura y el medio ambiente (Cardoso Jiménez, 2006).

Espacios de uso turístico de la biodiversidad

En la actualidad, existen diversas definiciones de áreas protegidas que se pueden encontrar en la literatura mundial. Por un lado el Convenio sobre Diversidad Biológica al que adhiere Argentina, establece que un área protegida es un "área definida geográficamente que haya sido designada o regulada y administrada a fin de alcanzar objetivos específicos de conservación" (CDB, 1992: 3), y por otro, la definición propuesta por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN) es "una superficie de tierra y/o mar, especialmente consagrada a la protección y el mantenimiento de la diversidad biológica, así como de los recursos naturales y los recursos culturales asociados y manejada a través de medios jurídicos u otros medios eficaces" (Dudley, 2008: 10).

El movimiento mundial que aborda la conservación en las áreas naturales protegidas recomienda el uso de 6 categorías de manejo de acuerdo a los objetivos de conservación, van desde la máxima protección (o restricciones) hasta aquellas que permiten la explotación o uso de los recursos naturales, tal como lo menciona Dudley (2008). Las categorías propuestas son Reserva Natural Estricta (Ia.), Área Silvestre (Ib.), Parque Nacional (II), Monumento o característica natural (III), Áreas de gestión de hábitats/especies (IV), Paisaje terrestre/marino (V) y Área Protegida con uso sostenible de los recursos naturales (VI).

En Argentina y según la legislación vigente Ley Nacional 22351, los Parques Nacionales se definen como "áreas a conservar en su estado natural, representativas de una región fitozoogeográfica y de gran atractivo en bellezas escénicas o interés científico". También queda manifiesto que "está prohibida toda explotación económica con excepción de la vinculada al turismo". Algunos casos que ejemplifican esta categoría de manejo en Argentina son el Parque Nacional Lanín, Parque Nacional Los Glaciares y Parque Nacional Nahuel Huapi, a cargo de la Administración de Parques Nacionales (APN). Las categorías de manejo de las áreas protegidas de Argentina tienen correlación con las de la UICN, aunque toman diferentes nombres en lugar de utilizar números.

En Argentina las ANP pueden ser de jurisdicción nacional, provincial, municipal, o en todo caso administradas por universidades o por organizaciones no gubernamentales.

Las ANP tienen reglamentaciones y un ordenamiento espacial que los visitantes deben respetar: objetivos de conservación, plan de manejo y zonificación. El Sistema Provincial de Áreas Protegidas de Neuquén (Ley 2594), define al plan de manejo como un documento conceptual y dinámico de planificación, que establece las pautas para el manejo y desarrollo general de una unidad de conservación. Incluye un mapa base con la descripción espacio-temporal de los recursos ambientales, el uso actual y potencial de los mismos y sus relaciones con los alrededores y las necesidades humanas que debería satisfacer. Además el plan de manejo, requiere de una zonificación y un plan general de acción con programas de manejo para cada uso dentro del AP. La zonificación es el ordenamiento del uso del espacio y consiste en una subdivisión del área protegida en zonas con diferentes grados de restricciones al uso y actividades admitidas, a través de las cuales se espera alcanzar los objetivos de la unidad.

Agencias de Viajes y Buenas Prácticas Ambientales

En Argentina, las agencias de viajes y turismo comprendidas en la Ley Nacional 18829, son una de las organizaciones que componen el sistema turístico. Estas organizaciones son el pilar fundamental en la comercialización de los productos turísticos. La principal función (Artículo 1º) es el asesoramiento a los potenciales turistas, mediar entre éstos y los prestadores de servicios y la organización de servicios turísticos.

En el Artículo 4º, la presente ley establece que podrán registrarse bajo las siguientes denominaciones: a) Empresas de viajes y turismo (EVT) "aquellas que pueden realizar las actividades que determina el artículo 1º de dicha ley para sus propios clientes, para otras agencias del país o del exterior o para terceros"; y b) Agencias de turismo (AT) "aquellas que pueden realizar todas las actividades que determina el artículo 1º de dicha ley, exclusivamente para sus clientes, incluyendo el turismo receptivo". Por lo tanto, las agencias de viajes pueden clasificarse de acuerdo al tipo de servicio en receptoras o emisoras.

La conservación de la biodiversidad en sitios de gran atractivo turístico es un desafío que enfrentan los empresarios de esta actividad en el mundo y de manera especial, en ecosistemas frágiles y áreas naturales protegidas. Además, los turistas manifiestan su preferencia por productos y servicios que demuestran compromiso en los aspectos ambientales y sociales (Rainforest Alliance, 2009). Un número cada vez más creciente de turistas están dispuestos a pagar más por hoteles respetuosos del medio ambiente y a empresas que beneficien a las comunidades locales y a la conservación, así como por opciones de turismo sostenible (Cabrini, 2011). Mejorar el desempeño en el ámbito social y ambiental, le permite a las empresas turísticas no solo ganar reconocimiento y credibilidad, sino establecer relaciones apropiadas con las comunidades locales y los sistemas naturales donde operan.

Los principios del turismo sustentable se traducen en prácticas de gestión, que son aplicables para todo tipo de empresas en cualquier destino turístico. Estos principios tienen como propósito minimizar los impactos negativos y maximizar los beneficios de la actividad turística en el entorno sociocultural, ambiental y empresarial. La buena práctica ambiental es una herramienta que permite a los empresarios turísticos adoptar prácticas de gestión sustentable de manera sencilla y efectiva. Su contribución a la conservación de la biodiversidad y al bienestar de las comunidades locales es una muestra que ejemplifica que el turismo y desarrollo sostenible pueden ir de la mano. (Rainforest Alliance, 2009).

Para lograr la sustentabilidad del turismo se requiere de cambios profundos en la forma de hacer turismo, esto es conciliar el incremento en el número de visitantes en los destinos, con la adopción de buenas prácticas que garanticen la reducción de impactos negativos sobre el ambiente y la sociedad (Guala & Szmulewicz, 2007: 14).

Las buenas prácticas son un conjunto de medidas de corrección o mejoramiento que se implementan en todas las áreas de gestión y operación de las empresas de turismo, estas acciones tienen como meta garantizar que se está produciendo el menor impacto posible al mismo tiempo que se mejora la calidad del producto turístico. (Rainforest Alliance, 2006 en Guala & Szmulewicz, 2007).

A nivel mundial se están llevando adelante iniciativas en relación al desarrollo sostenible del turismo por parte de los prestadores de servicios turísticos, particularmente Tour Operadores y Agencias de Viaje, que se han organizado en la Iniciativa de los Tour Operadores (TOI) para el Desarrollo Sostenible del Turismo como un programa en la organización Mundial del Turismo. Esta es una Iniciativa que nuclea a los prestadores de servicio para trabajar hacia la sostenibilidad del turismo, comprometiéndose con los conceptos del desarrollo sostenible y llevando adelante actividades comunes para

promover y difundir métodos y prácticas para dicho desarrollo. La TOI es una organización voluntaria, sin fines de lucro, que nuclea los tour operadores y agencias de viaje de todo el mundo.

METODOLOGÍA

El presente trabajo se llevó adelante durante el primer cuatrimestre del año 2011, dentro del marco del cursado de la asignatura Patrimonio Natural Regional, correspondiente al primer año de la carrera tecnicatura en empresas de servicios turísticos de la Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue.

La población objeto de estudio son las agencias de viaje de la ciudad de Neuquén, que conforman un universo de 21, como prestadoras de servicios turísticos, que se encuentran habilitadas y están publicadas en el sitio web oficial de la Subsecretaría de Turismo de la provincia de Neuquén.

Del total, se extrae una muestra intencional conformada por todas las agencias de viaje que realizan turismo receptivo en la ciudad. A partir de esta muestra se seleccionaron al azar 20 agencias con el objetivo distribuir equitativamente el número de agencias a relevar por cada grupo de trabajo.

Para la recolección de los datos se utilizaron encuestas estructuradas que fueron aplicadas por los alumnos de la asignatura Patrimonio Natural Regional a las agencias de viaje seleccionadas.

La cantidad total de alumnos se organizó en grupos de 10 personas entre los que se distribuyó las agencias, correspondiendo a cada grupo relevar 2 agencias. Los grupos fueron entrenados en la toma de la encuesta, en el análisis de la encuesta y en el marco teórico de la relación biodiversidad – turismo por las autoras.

El objetivo de la encuesta fue obtener información acerca de las áreas naturales protegidas donde desarrollan las actividades las agencias de viajes de Neuquén capital y también las buenas prácticas ambientales implementadas por las agencias que operan en áreas que protegen biodiversidad *in situ*.

Para aplicar la encuesta los alumnos fueron capacitados previamente. La misma se realizó de forma personal, sin comunicación ni aviso previo de visita a la agencia de viaje para ser respondida por la persona que atendía al público al momento del relevamiento.

Las preguntas de la encuesta estaban referidas al uso de ANP argentinas; a la relación de la agencia con dichas áreas; conocimiento del nombre de las áreas naturales protegidas, jurisdicción, objetivos de conservación, características ambientales de las ANP; buenas prácticas ambientales implementadas con los visitantes a favor de la conservación de las ANP.

RESULTADOS

Áreas Naturales Protegidas Argentinas y Agencias de Viajes

Al menos el 80% de las agencias de viaje de Neuquén capital utilizan algún área natural protegida de la Argentina para desarrollar sus actividades.

Las ANP como destinos principales donde operan las agencias de viaje de Neuquén capital en la Argentina (Figura 1) son: Parque Nacional Los Glaciares (26%), y Parque Nacional Iguazú (22%). Siguen en orden de importancia el Parque Nacional Lanín (7%) y el ANP Península Valdés (7%). Otros destinos de la Argentina (38 %).

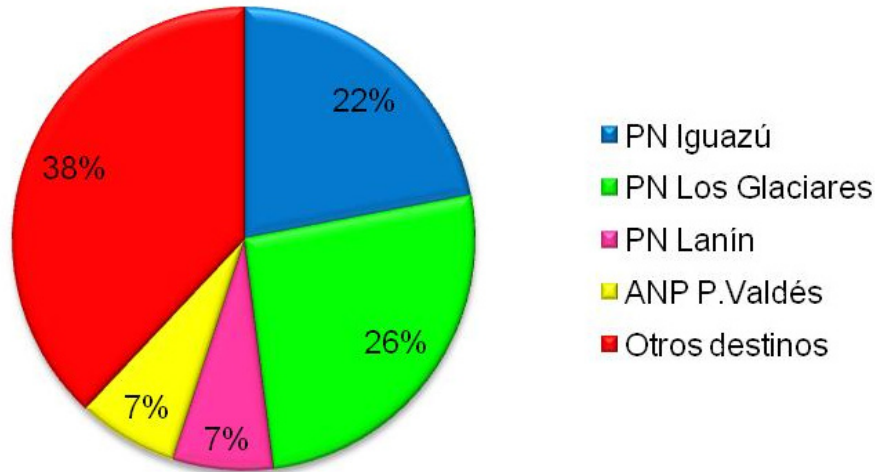


Figura 1. Destinos de ANP en donde operan las agencias de viajes.

Figure 1. Destination points where travel agencies operate

Buenas Prácticas Ambientales

Las buenas prácticas ambientales de las agencias de viaje respecto a las ANP y su conservación, están en relación al conocimiento del ANP donde opera la empresa. Las encuestas apuntaban al conocimiento del nombre del área natural protegida, también conocer el clima, los ecosistemas presentes, fauna y flora predominante, especies en peligro de extinción, entre otros.

Por otro lado, para realizar buenas prácticas se debe conocer la jurisdicción (nacional, provincial, otras) a la que pertenece el ANP y las normas que regulan su funcionamiento. De tal manera, se asegura de llevar a cabo sus actividades conforme a la legislación vigente.

Además, conocer los objetivos de conservación, permite centrar las actividades en los aspectos más significativos del área a visitar y contribuir a la protección de la misma. Toda esta información es importante brindarla al visitante.

Para constatar los diferentes aspectos

de las "buenas prácticas" se consultó acerca de:

a) *Conocimiento del Nombre del Área Natural Protegida*

Un 25% contestó que no sabe el nombre de ninguna de las áreas naturales protegidas donde opera; un 45% nombra el ANP donde opera de manera errónea, utilizando el nombre de una ciudad cercana, con el nombre de un atractivo, por ejemplo: Calafate, cataratas, Bariloche, glaciar, San Martín de los Andes, Caviahue, Copahue, Perito Moreno, Puerto Madryn. De éste porcentaje, un 20 % de las agencias sabía el nombre del parque nacional Lanín desconociendo el resto. Por lo tanto, un 70% no conoce el nombre de las ANP de Argentina donde prestan servicios. Un 10% conoce el nombre de las ANP donde opera. El 20% restante no realiza servicios turísticos en ANP o no contestó la pregunta (Figura 2)

b) *Información del área natural protegida a los visitantes*

El 80% de las agencias no dan información

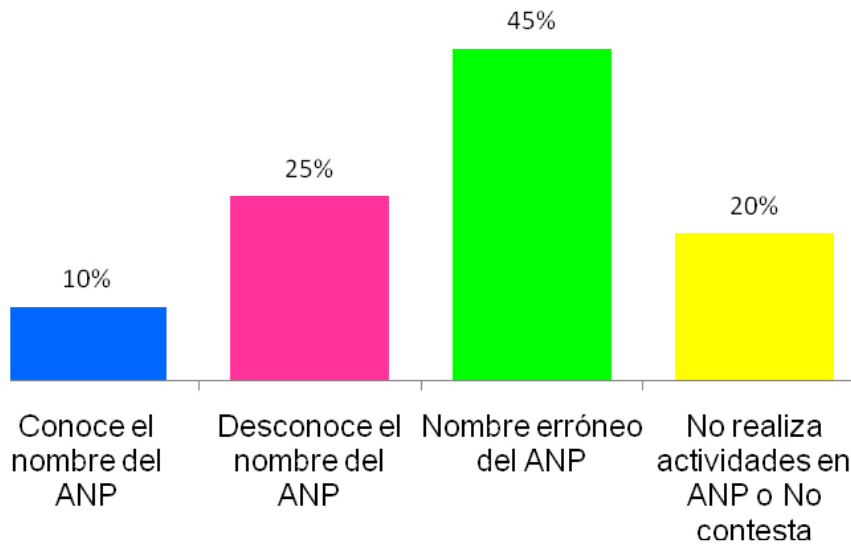


Figura 2. Conocimiento por parte de las Agencias de Viajes del nombre del ANP con que operan.

Figure 2. Travel agencies and their knowledge on the name of the protected natural area (ANP) where they operate

a los visitantes sobre las ANP, porque contratan guías del lugar que suponen que les proveerán de información, porque suponen que el guardaparque brindará

información, porque los turistas ya vienen informados, entre otras explicaciones. El 20% restante brinda algún tipo de información. (Figura 3)

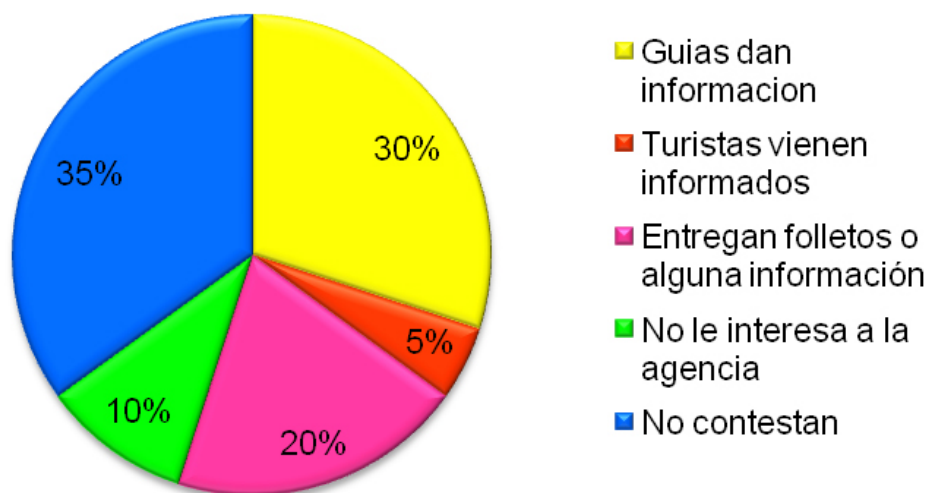


Figura 3 Información brindada por las agencias de viaje acerca del ANP a los visitantes.

Figure 3. Information about natural protected areas given by travel agencies to visitors

c) Conocimiento de la Jurisdicción del área natural protegida

El 90% de los encuestados no sabe la jurisdicción del área natural protegida donde operan. El 10% restante contestan correctamente o tienen una idea aproximada. (Figura 4)

d) Conocimiento de los Objetivos de Conservación del ANP

El 90% de los encuestados desconoce concretamente que protege cada área natural protegida donde brindan los servicios turísticos (Figura 5). Existe un conocimiento generalizado de "fauna y flora" sin entrar en detalle, el "medio ambiente", el "Patrimonio", "lo natural" sin definir claramente. Un 10% fue más específico, contando con mayor información.

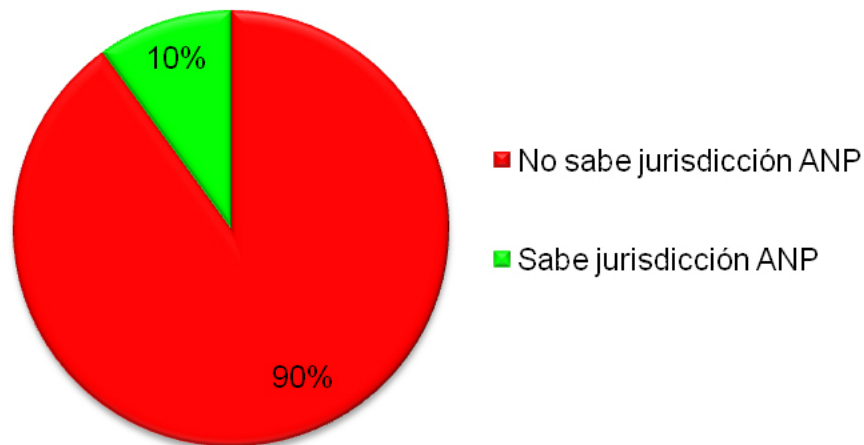


Figura 4 Conocimiento de las Agencias de Viaje de la jurisdicción del ANP.

Figure 4. Travel agencies and their knowledge on ANP jurisdictions

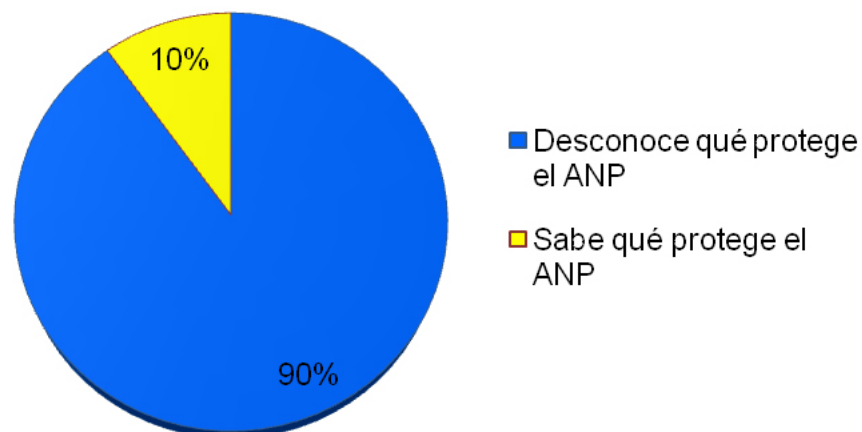


Figura 5 Conocimiento de las Agencias de Viajes del objetivo de conservación del ANP.

Figure 5. Travel agencies and their knowledge on NPA conservation targets

e) *Recomendaciones a los visitantes en favor de la Conservación del ANP*

El 75% de las agencias no dan recomendaciones que ayuden a la conservación; de ese porcentaje algunas agencias explicitaron que "no dan recomendaciones de ningún tipo" a los visitantes, otras que les consta que el guía local da recomendaciones, otros que "opinan que el guía local dará recomendaciones" a los visitantes.

El 25% restante recomienda acciones positivas hacia la naturaleza como por ejemplo; silencio cuando se acercan a las ballenas, no sacar fotos, precauciones con el fuego y la basura, no salir de los senderos, no llevarse nada, entre otros.

Algunas de las recomendaciones de las agencias de viaje a los visitantes en relación a la conservación de la naturaleza en áreas protegidas están referidos a: "No hacer fuego en lugares no permitidos", "No tirar colillas de cigarrillos en el lugar", "No salirse fuera de los senderos", " Mantener el silencio cuando se acercan a las ballenas", "No tirar basura", "No cruzar por lugares cercados", "No llevarse nada del lugar", "Precaución en el manejo del fuego", "No sacar fotos", entre otras.

DISCUSIÓN

En general, no existen antecedentes de encuestas similares en nuestro país. Las autoras han implementado encuestas en el mismo sentido en las provincias de Neuquén y Río Negro en las ciudades de Chos Malal (Norte Neuquino); Cipolletti y General Roca (Alto Valle del Río Negro) con resultados similares que evidencian el escaso conocimiento de las agencias de viaje como prestadoras de servicios en relación a las áreas naturales protegidas

donde operan.

Esa falta de conocimiento y sensibilización hacia las áreas naturales protegidas se evidencia en un incremento de impactos ocasionados por actitudes negativas de los visitantes y de las propias agencias de viaje tales como ingreso en sitios no permitidos, maltrato a la fauna, entre otros.

Revertir esta situación requeriría de un mayor compromiso por parte de los organismos que trabajan el turismo con los organismos que administran las unidades de conservación, en pos de conservar la biodiversidad que es, finalmente lo que el visitante va a disfrutar cuando viaja a un área natural protegida. Para ello se deberían definir políticas que establezcan más claramente el rol en la conservación de las agencias de viaje

También es necesario un cambio en la concepción de las agencias de viaje que operan en áreas naturales protegidas públicas en el sentido de asumir la responsabilidad de aportar a la conservación de las mismas.

CONCLUSIONES

Las personas que respondieron las encuestas, en general, tuvieron buena disposición y consideran importante capacitarse en estos temas, más allá de la ganancia económica inmediata de la agencia.

La mayoría de las agencias de viaje de Neuquén capital, desconocen aspectos centrales como el nombre, objetivos de conservación, jurisdicción, entre otros aspectos, de las áreas naturales protegidas en las que prestan sus servicios.

La mayor parte de las agencias entrevistadas asocian y confunden el nombre

del área protegida con el del destino turístico cercano.

La mayoría de las agencias destaca la importancia de que existan áreas protegidas para mantener la biodiversidad y el hábitat natural de un lugar, asimismo, recalcan la importancia de conservar las áreas protegidas para las generaciones futuras.

Las buenas prácticas ambientales en las agencias de viaje de Neuquén capital están en un estadio muy inicial, por lo que su aporte a la conservación de la biodiversidad es muy bajo. Por lo tanto es necesario reforzar la capacitación de las agencias de viaje sobre estos aspectos, que requieren de conocimiento de la biodiversidad y de la complejidad de los sistemas naturales para dar esta información a los visitantes.

Poblete, Marianela; Poblete, Nehuen; Posse, Franco; Quispe, Ivan; Raninqueo, Jessica; Rebolledo, Eric; Reyes, Dámaris; Riquelme, Roxana; Rodríguez, Aldo; Rosin, Jesuan; San Martín, Rocío; Sepúlveda, Gisel; Szylo, Allison; Tapia, Natali; Villarroel, Mariela; Vuillermin, Mayra; Wilches, Vicky y Zobarzo, Grecia.

AGRADECIMIENTOS

Un especial agradecimiento al Guardaparque Daniel Paz Barreto por su asesoramiento. También a los alumnos de la Asignatura Patrimonio Natural Regional curso 2011 que participaron de la actividad: Aguada, Gisell; Allende Herrera, Cecilia; Almendra, María Florencia; Azua, Florencia; Barbera Oporto, Romina; Britos Castro, Gimena; Burgos, Pablo; Cabrera, Mariana; Calquin, Lilen; Calvo, Carolina; Capelli, María Antonina; Carcamo, Analía; Córdoba, Adrián; Córdoba, Ileana; Cotal, Fabiana; Cornejo, Magalí; Crespo, Luciana; Díaz, Micaela; Dreser, Estefanía; Funes Camila; Gallardo, Sandra; García Du Pleiss, Martín; García Gacitua, Miriam; Gómez, Reina; Guiñazú, Juan Manuel; Gutiérrez, Daniel; Hermosilla, Claudia; Hernández Fuentes, Lucía; Huani, Yanet; Huenuman, Pamela; Ilabaca, Pamela; Lefinir, Paul; Marileo, Susana; Mellado, Germán; Montenegro, Ana; Morán, Dianela; Moreira, María Alen; Monzón, Wanda; Ortíz, Natalia; Pereyra, Julieta; Pino, Tamara; Pisaroni, Sabrina;

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- APN (Administración de Parques Nacionales, Argentina). 2006. *Carta Compromiso con el Ciudadano*: 90
- Cabrini L. 2011. *Turismo y Cambio Climático, retos y oportunidades para el sector*. Desarrollo Sostenible del Turismo. OMT. Quintana Roo. México: 60 p
- Cardoso Jiménez C. 2006. Turismo Sostenible: una revisión conceptual aplicada. *El Periplo Sustentable*, Toluca, México, 11: 5-21
- CDB (Convenio sobre la Diversidad Biológica). 1992. Naciones Unidas. Rio de Janeiro. Brasil: 32
<http://www.cbd.int/doc/legal/cbd-es.pdf>
- CDB (Convenio sobre la Diversidad Biológica). 2005. *Tourism for development and nature conservation. Resources for tourism planners and practitioners*.
<http://www.cbd.int/doc/publications/development/brochure-tourism-en.pdf>
- Dudley N (Ed). 2008. *Directrices para la aplicación de las categorías de gestión de áreas protegidas*. UICN, Gland, Suiza: 96 p ISBN 978-2-8317-1088-4
- Encabo M. 2011. El Modelo Recreación, Turismo y Conservación en la Naturaleza. Buscando el equilibrio. *V Jornadas Interdisciplinarias sobre Biodiversidad de las Zonas Áridas y Semiáridas. Actas del Simposio Biodiversidad – Turismo y Recreación en Áreas Naturales y Áreas Naturales Protegidas*. Facultad de Ciencias del Ambiente y la Salud. EDUCO Editorial Universitaria. Universidad Nacional del Comahue, Neuquén, Argentina: 73-87 ISBN 978-987-604-260-4
- Encabo M, Paz Barreto D, Vázquez V & JM Andrés. 2012. *Turismo en Conservación: Aviturismo en el Parque Provincial El Tromen*. *Revista Desde la Patagonia difundiendo saberes*. Centro Regional Universitario Bariloche (CRUB). Universidad Nacional del Comahue (en prensa).
- Figueroa E. 2009. *Pago por Servicios Ambientales en Áreas Protegidas en América Latina*. Programa Fortalecimiento del Manejo Sostenible de los Recursos Naturales en las Áreas Protegidas de América Latina. FAO – OAPN, Santiago de Chile: 136 p

- Guala C & P Szmulewicz E. 2007. Evaluación de Buenas Prácticas en Servicios de Ecoturismo Comunitario en la Ecorregión Valdiviana, Chile. *Gestión Turística, Chile*, 8: 9-23
- Legorreta Ramírez A, Osorio García M & J Salvador Benítez. 2010. Ética ambiental y turismo: relación responsable hombre- naturaleza. *Ciencia y sociedad*. Instituto Tecnológico de Santo Domingo. Santo Domingo, República Dominicana, 35 (3): 407-437
- Ley Nacional N° 18829. Agentes de Viajes. 1970. Buenos Aires.
- Ley Nacional N° 22351. Parques Nacionales. 1980. Buenos Aires.
- Ley Provincial N° 2594. Sistema Provincial de Áreas Naturales Protegidas de la Provincia de Neuquén. 2008. Neuquén Capital, Argentina.
- Pardelas de Blas X & C Padín Fabeiro. 2004. La Planificación Turística Sostenible: Un Análisis Aplicado al Municipio de Caldas de Reis. *Revista Galega de Economía*, Junio – Diciembre, Universidad de Santiago de Compostela, España, 13: 18 p
- Paz Barreto D. 2011. El paradigma conservación y Turismo en áreas naturales protegidas: el rol de los administradores. V *Jornadas Interdisciplinarias sobre Biodiversidad de las Zonas Áridas y Semiáridas. Actas del Simposio Biodiversidad – Turismo y Recreación en Áreas Naturales y Áreas Naturales Protegidas*. Facultad de Ciencias del Ambiente y la Salud. EDUCO Editorial Universitaria. Universidad Nacional del Comahue, Neuquén, Argentina: 43-57 ISBN 978-987-604-260-4
- Rainforest Alliance. 2002. *Certificaciones turísticas en Centroamérica*. Actualización de estudios. Elaborado por la división de turismo sostenible para PROARCA/APM Guatemala, Guatemala: 48 p
- Rainforest Alliance. 2009. *Guía de Buenas Prácticas de Turismo Sostenible para Comunidades de Latinoamérica. Una guía para iniciativas Turísticas Comunitarias*. Nicaragua, Costa Rica, Guatemala: 212 p
http://www.rainforest-alliance.org/sites/default/files/site-documents/tourism/documents/gbp_latinoamerica.pdf
- Saz Gil M & L Carús Ribalaygua. 2008. Los procesos participativos en la sostenibilidad medioambiental. El caso del segmento turístico recreativo de Alta Montaña. *Revista de Economía Pública y Cooperativa*, CIRIEC, España, 61: 127-156

- SECTUR (Secretaria de Turismo de México).
<http://www.sectur.gob.mx/work/models/csect/Resource/119/QueEsTurismoDeNaturaleza.pdf>
- Subsecretaria de Turismo de Neuquén. Agencias de Viaje. <http://www.neuquentur.gob.ar/es/agencias-de-viaje>
- Unión Europea de Negocios y Plataforma para la Biodiversidad. (s/f). *Sector Turismo y la Conservación de la Biodiversidad. Evaluación comparativa de las mejores prácticas*. Bruselas, Bélgica.
http://ec.europa.eu/environment/biodiversity/business/assets/pdf/sectors/FINAL_Tourism.pdf
- Vargas E, Zizumbo L, Viesca F & Serrano R. 2011. Gestión ambiental en el sector turístico mexicano. Efectos de la regulación en el desempeño hotelero. *Cuadernos de administración*. Bogotá, Colombia, 24 (42): 183-204
- Vargas Ulate G. 2009. Turismo y Espacios naturales protegidos en Costa Rica: enfrentamiento o concertación. *Revista de Ciencias Sociales*, I-II (123-124): 49-78
- WWF (World Wide Fund for Nature). 2010. *Informe Planeta Vivo. Biodiversidad, biocapacidad y desarrollo*. Gland. Suiza: 116 p
<http://www.businessandbiodiversity.org/tourism.html>