

Código del Proyecto: 207-6167

**PROYECTOS DE TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA
MISIONES TECNOLÓGICAS LINEA 3 - A**

Informe Final Técnico - Económico

" Misión Tecnológica en Ecoturismo a Noruega "



**Empresa Gestora: CODESSER
Gestión y Organización: PTI Turismo Sustentable**

Punta Arenas, julio de 2007

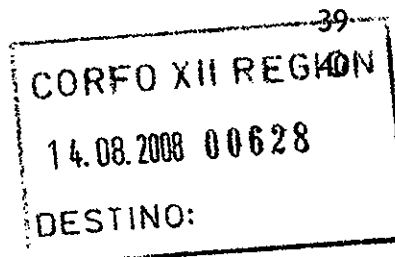
CORFO XII REGION

14.08.2008 00627

DESTINO:

ÍNDICE

	Páginas
I. Informe Técnico de la Misión	
1. Empresas Participantes, duración de la Misión y objetivos	2
2. Principales actividades realizadas y resultados obtenidos	4
2.1 Reuniones con Entidades Públicas y Privadas	4
2.2 Conferencia Mundial de Ecoturismo	8
3. Productos Turísticos	15
3.1 Turismo Cultural	15
3.2 Turismo de Observación de flora y fauna	15
3.3 Turismo de Navegación	16
3.4 Turismo de Invierno	18
3.5 Turismo de naturaleza - Viaje en tren Famsblana.	19
3.6 Turismo Aventura	20
3.7 Imágenes de actividades	22
4. Conclusiones de la Misión	23
5. Talleres de Análisis y de Transferencia	27
A. Taller grupal previo a la Misión	27
B. Taller de Transferencia	27
C. Imágenes - Invitaciones - Información de Prensa	29
II. Informe Económico Misión	
A. Cuadro Resumen Desembolsos Reales Proyecto Misión Tecnológica	34
1. Antecedentes Generales	34
2. Lista de Chequeo Documentos de Respaldo	34
B. Anexo 2: Rendición Desembolsos Proyecto	35
1. Cuadro Rendición	35
2. Lista de Chequeo Documento de Respaldo	36
2.1 Número de Facturas	36
2.2 Lista Chequeo Desembolsos	39
2.3 Resultados del Proyecto	
III. Anexos con los respaldos	
Facturas Talleres y listas participantes	
Pasajes Aéreos, Tarjetas de embarque y Seguros	
Cursos, eventos y visitas	
Movilización Grupal	
Gestión del Proyecto	



I. Informe Técnico de la Misión

1. Empresas Participantes, duración de la Misión y objetivos

Fecha salida: 12 de mayo de 2007 y llegada el 25 de mayo del mismo. Debido a las distancias son casi cuatro días de vuelo, por tanto el tiempo efectivo en el destino fue de 12 días.

A. Objetivos

Objetivo General

Mejorar la competitividad de las empresas operadoras de servicios turísticos de naturaleza con énfasis en ecoturismo, situadas en la Región de Magallanes y Antártica Chilena.

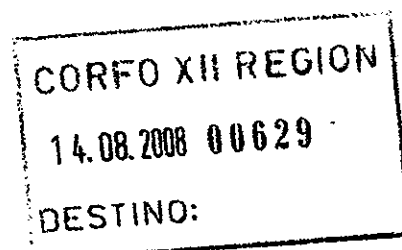
Objetivos Específicos

- Adquirir conocimientos teórico – prácticos sobre el desarrollo y tendencias del ecoturismo a nivel mundial.
- Conocer estrategias públicas, privadas y académicas utilizadas para la operación y venta de productos de naturaleza.
- Intercambiar experiencias con empresarios noruegos sobre el diseño, operación y venta de productos en destinos con geografías y climas complejos.
- Conocer y experimentar distintos productos turísticos para tomar ideas innovadoras aplicables a Magallanes.
- Adquirir información sobre la utilización de tecnologías, manejo de riesgos, tendencias del mercado y otros, referidos a la optimización de la gestión empresarial.

En la Misión participaron 15 empresas que tienen productos propios relacionados al turismo de naturaleza y específicamente están potenciando el ecoturismo, que operan en las distintas provincias de la región de Magallanes y Antártica chilena. En este contexto, para mejorar la competitividad de las empresas participantes el tema central de la visita a Noruega fue la participación en la **Conferencia Mundial de Ecoturismo**, seguidas por las organizaron de visitas a terreno y reuniones con empresarios y representantes de gobierno.

Además, para potenciar la Misión, se organizó un encuentro empresarial de dos horas, entre 18:30 a 21:00 horas, donde las empresas regionales mostrarían sus oferta a operadores noruegos y europeos, sin embargo no tuvo los resultados esperados. Actividad estuvo a cargo de SERNATUR y el Programa Promoción de la Patagonia, que además en el marco de la conferencia montó un stand con información genérica del destino Patagonia, que fue visitado por más de 200 personas de diversos países.

En cuanto al cumplimiento del Programa Misión Tecnológica presentado, las actividades se efectuaron según lo establecido y en un caso, por malas condiciones climáticas no fue posible desarrollar las actividades de turismo invierno en un centro de ski. Por tanto, se cumplió con un 90% según lo planificado.



2. Principales actividades realizadas y resultados obtenidos

2.1 Reuniones con Entidades Públicas y Privadas

A. Innovation Norway www.visitnorway.org

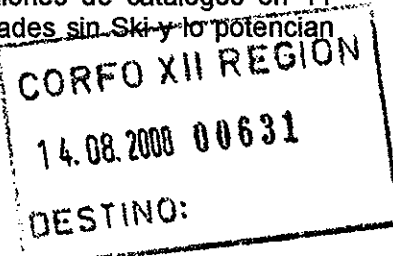
Tema: Estrategias de Desarrollo Turístico Noruego: Marketing y Desarrollo de la Oferta”

La primera visita fue a Innovation Norway (IN), Cámara de Comercio de Noruega, que haciendo un símil con Chile, incorpora ProChile, Sernatur y CORFO. Se establece el 19 de diciembre del 2003 y comienza sus actividades el 1 de enero del 2004. Actualmente cuenta con 720 empleados que están en las principales ciudades de Noruega y tienen presencia en 34 países, pero solo en 10 de ellos tienen oficina

Su misión es aumentar el valor agregado de la industria de turismo y no vender sólo la naturaleza, para que el resto del mundo tenga un conocimiento más acabado de los lugares que se pueden visitar en Noruega. Los servicios que entrega Innovation a la industria del Turismo son: Marketing, Redes de Contacto, Financiar Proyectos o actividades (prestamos o fondos concursables), Defensa y Competencia.

Un resumen de los puntos más importantes que se trataron en esta presentación:

- Turismo es la actividad económica con mayor crecimiento en el mundo, un estudio indica que en 1995 viajaron 565 millones de personas, para el 2010 se estima 1.006 millones y para el 2020 1.561 millones. Cerca de un 20% de estos viajeros escogen América como destino.
- En Noruega el turismo dio trabajo a 126.000, que significa el 6,4% del total de empleos del país Nórdico, el ingreso bruto en 2005 fue aprox. 15 billones de dólares, que significó un 3,4% de PIB total de Noruega. Existen 12600 compañías de turismo (minoristas, mayoristas, dato año 2004).
- El año pasado bajó el flujo de visitante a Noruega por la Copa del Mundo de fútbol, el mayor crecimiento de viajeros ha venido desde UK, debido al crecimiento de las líneas aéreas baratas. Suecia, Alemania y UK son los países que lideran los ingresos a Noruega.
- Noruega como estrategia país de comercialización de sus productos definió que para el periodo 2006-2010, quieren potenciar: Vacaciones cortas (ski). Viajes de incentivos, reuniones, eventos, ferias. Viajes temáticos (pesca, hiking, bicicleta), Viajeros que se quedan un tiempo por ejemplo en las casas rodantes.
- La página web de Innovation (www.visitnorway.org) es visitada por 4 millones de personas y están un promedio de 8 minutos en el sitio. El 2006 visitaron Noruega 926 periodistas, se escribieron 5125 artículos relacionados con turismo en Noruega, 263 apariciones en TV, y 68 en radio, se imprimieron 1.5 millones de catálogos en 11 idiomas. Su estrategia comercial para el invierno es Actividades sin Ski y lo potencian en España, Francia, Uk e Italia.



B. Cámara de Comercio www.chamber.no

“ Estrategia de funcionamiento de la Cámara, rol empresarial y en el desarrollo Proyectos Turístico de Noruega”

Esta es una cámara privada, que compite directamente con Innovation. Principales puntos expuestos sobre le turismo y desde la visión empresarial:

- Noruega tiene 4.5 millones de habitantes, en Oslo viven 500.0000, con una tasa de desempleo de 2,5 %, pero que son drogadictos, alcohólicos o homeless, en estricto rigor la tasa es de 0%. El 25% de la población son inmigrantes
- Noruega, es el tercer exportador de petróleo, que significa el 45% de las exportaciones, v/s 5% de pescado y 5% de metales
- Según el representante de esta cámara, **el servicio de turismo en Noruega esta fragmentado y aún no se desarrolla profesionalmente**. Tienen baja experiencia en venta de viajes all inclusive, que puedan dar un mayor valor agregado a los destinos y potenciar los productos, los servicios no son de alta calidad turística.
- Según esta cámara los mayores viajeros a Noruega vienen desde Alemania, Holanda, Dinamarca, Suecia y UK
- El 90% de las empresas en Noruega tienen menos de 10 empleados, tienen un problema grave de contratación de mano de obra que es muy escasa.
- Cámara está compuesta por 10.000 socios y tienen cerca de 2500 clientes. En el mundo hay 12.000 Cámaras de Comercio distribuidas en 140 países. Se financian en un 95% a través e la generación de proyectos y en 5% con las cuotas de sus socios. La membresía cuesta desde 200 euros dependiendo del número de empleados.
- Una de sus grandes misiones de la Cámara es encontrar capital semilla para emprendedores, como así también capitales de riesgo. Además, ellos se autofinancian con los proyectos que generar como por ejemplo organización de visitas para delegaciones, búsqueda de inversionistas, joint ventures y otros. Además, tienen cuotas de sus socios pero no representa un ingreso importante. Algunos de los beneficios para sus socios son las capacitaciones,
- Esta Cámara de Comercio ha escogido América Latina, China y Suecia como los países donde harán los esfuerzos de marketing para atraer más viajeros.

C. Directorate for Management equivalente a CONAF
Presentación sobre Manejo de Parques Nacionales en Noruega.

En una casa antigua adecuada para el turismo la delegación de Chile fue recibida por el encargado de planificación del Parque Nacional Jotunheimen y dos de sus colaboradores. Expusieron sobre como enfrenaban los problemas que se daban en los parque nacionales en Noruega.

Los parques nacionales noruegos (y en todo escandinavia) se rigen bajo una filosofía bastante distinta a muchos lugares del mundo. Toda persona es libre de ir donde quiera, siguiendo reglas básicas de respeto por la naturaleza y personas que habitan en ella. Es obligación movilizarse en medios no motorizados y pueden acampar en cualquier lugar

CORFO XII REGION

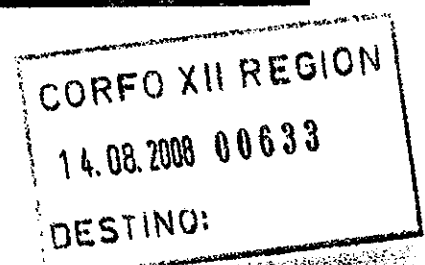
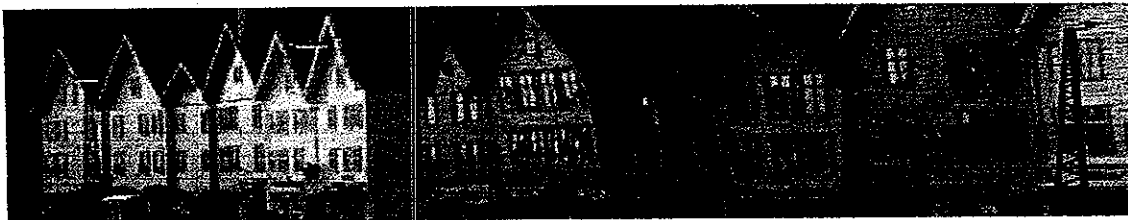
14.08.2008 00632

mientras estén a más de 150 mts de distancia de alguna construcción. No se debe permanecer en un mismo lugar por más de 3 días. Los visitantes no pueden hacer fuego durante los 6 meses más calurosos del año. Al existir una conducta que rompe las reglas del parque, la responsabilidad de controlar y regularizar recaía en la policía y no en el parque nacional ya que estas reglas de conducta están en la legislación noruega. Esta filosofía se ha podido llevar en un amañera sustentable ya que los atractivos no están focalizados en un punto, hay senderos que requieren de mantención pero no existe la política de mantener a los visitantes en los senderos.

La erosión es un tema creciente y están estudiando alternativas para disminuir este efecto. Comentaban que los guías de las cabalgatas alternaban senderos para disminuir el impacto. Explicaban que estaban en el proceso de confeccionar estudios de impacto ambiental para elaborar un plan de manejo de acuerdo a una capacidad de carga. La administración del parque no tenía a su cargo el combate de incendios forestales, para la evacuación de accidentados y enfermos - era otra organización que se encargaba de eso. También así, la gran mayoría de los visitantes contabilizados en las estadísticas de la administración pasaban en buses a los museos y centros de visitantes, sin realmente internarse en los parques a pie, caballo o kayak.

Luego de la reunión con el parque se visitó un museo que exponía temas como la glaciología, paleontología, arqueología y geología. Usaban métodos creativos para explicar los fascinantes procesos que daban forma al entorno nórdico. Se notaban la disponibilidad de recursos y talento en la creación del proyecto, aunque la comunidad local no estaba del todo conforme con la arquitectura exterior del museo ya que rompía la armonía del entorno usando conceptos de arquitectura moderna que corresponden a un ambiente más urbano.

Como conclusión rescato que la noción romántica de libertad en la naturaleza es conmovedora pero impracticable en un escenario con más turistas, como por ejemplo el del Parque Nacional Torres del Paine. También se hizo notar que las administraciones de los parques noruegos estaban en un proceso de adaptación y crecimiento muy similar al chileno. En algunos temas pueden estar más avanzados como por ejemplo la infraestructura interpretativa pero en otros están claramente más atrasados, como por ejemplo el estudio y control de los flujos de turistas y sus hábitos. Que se podría aprender? La tercerización de servicios en los parques nacionales como las de evacuación de accidentados, combate de incendio y fiscalización de conducta no permitida dentro de los Parques Nacionales. Carabineros podría jugar un rol más activo dentro de los parques una vez que existan las leyes que los permita fiscalizar controlando problemas como fogatas no permitidas, campamentos. También se podría implementar seguros obligatorios para visitantes, destinado a financiar la operación de operativos paramédicos en los Parques Nacionales.



2.2 Conferencia Mundial de Ecoturismo

Conferencia organizada por la Asociación Internacional de Ecoturismo, que cada cinco años reúne a eminencias mundiales para exponer y analizar temas de Ecoturismo. Participan asociaciones, instituciones, empresas y otros relacionados con el ecoturismo.

Temas Principales tres días:

I. Ecoturismo y Desarrollo Local Sostenible

- 1. Relaciones locales para las comunidades basadas en Ecoturismo**
- 2. Superación de la Pobreza y Desarrollo Sustentable a través del Ecoturismo**
- 3. El rol del agroturismo en el Desarrollo Sustentable a nivel local**
- 4. Ferias, Patrimonio Cultural y Ecoturismo**
- 5. Ecoturismo y Reservas de la Humanidad UNESCO**

II. Ecoturismo y Conservación de la Naturaleza

- 6. Ecoturismo y Áreas Protegidas**
- 7. Ecoturismo en las Costas y Océanos**
- 8. Tecnología e Innovación para el desarrollo Ecoturístico**
- 9. Arquitectura y Paisajismo en Ecoturismo**
- 10. Ecoturismo y su impacto en la vida natural**

III. Comunicación, Educación y Certificación Mundial para Ecoturismo

- Capacitación y Educación en Ecoturismo**
- Marketing y Ecoturismo**
- Interpretación de la Naturaleza y la Cultura**
- Ecoturismo y Medios de Comunicación**
- Rol de las Asociaciones nacionales y regionales**

IV. Temas Críticos y Más relevantes del Ecoturismo

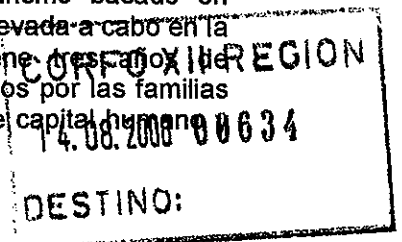
- 11. Estableciendo Estándares para el Turismo Sustentable , Certificación y Eco Etiquetas**
 - Responsabilidad Social y Medio ambiental en la industria de viajes y turismo**
 - Cambio Climático**
 - El Rol del Ecoturismo en la Transformación de la Industria de Viaje**
 - Ecoturismo y turismo étnico derechos y responsabilidades**

2.2.3. Algunas Charlas y conclusiones generales

A) Ecoturismo Costero y Oceánico

Peter Richards, Marketing Manager para REST (The Responsible Ecological Tours Project) y Heike I. Vester, Bióloga, Ocean Sounds AS, sobre "Observación de Ballenas y Ecoturismo"

- La presentación de Richards versó sobre la experiencia de turismo basado en participación comunitaria como instrumento para el desarrollo local, llevada a cabo en la Provincia de Surrathani, Tailandia. Es una experiencia que tiene una implementación, con focalización en la selección de turistas, recibidos por las familias de la localidad. El énfasis principal del programa es el desarrollo del capital humano**



sólo subsidiariamente la actividad turística y el nivel de ingresos. Se centra en cinco conceptos: Sensibilidad; participación; integración; cooperación y energía). Los resultados principales del programa han sido un incremento significativo (800 hectáreas) de nuevos manglares; mayor limpidez del agua y aumento de la captura de peces para los pescadores locales;

- Heike Vester presentó un detallado informe sobre las prácticas de observación de ballenas como actividad ecoturística y las normas de conducta que se aplican en diversos lugares del mundo. Trabajo iniciado en Agosto de 2001
- Los principales resultados de su investigación indican que las guías voluntarias de buena conducta no funcionan (12 años de experiencia): En algunos lugares como Australia la norma es no acercarse a más de 100 metros; en otros, la distancia es menos de 50 metros, sin control de tiempo de presencia ni de cantidad de visitantes. Se requieren normativas explícitas y exigentes a fin de evitar catástrofes ambientales.

Se dividen en dos grupos: Respecto del trabajo de Richards, es clara la importancia que tiene la participación de las comunidades en el proceso de su desarrollo, en particular si se enfatizan aspectos de enriquecimiento del capital humano y social. Respecto del trabajo de Vester, lo más significativo es la necesidad y/o conveniencia de contar con normativas homologadas para la observación de cetáceos en todo el mundo. No hacerlo implica el riesgo de perder poblaciones de especies que se retiran de sus hábitats naturales de reproducción o alimentación por malas prácticas de observación, con las consiguientes pérdidas de atractivos turísticos y, más grave, daños a las poblaciones de especies animales, gran parte de ellas en amenaza o peligro de extinción.

En ambos casos, se destaca la importancia del financiamiento institucional para dar sustentabilidad a las actividades organizadas y auspiciadas por las comunidades, o por las entidades preocupadas por proteger determinadas áreas. Sin dichos aportes institucionales, no serían sustentables la mayoría de los esfuerzos de desarrollo comunitario o de explotación turística sustentable.

B. Ecoturismo y su impacto en la vida silvestre

Moderador: Oliver Hillel

Concepto: "La observación de la vida silvestre forma parte del ecoturismo e impacta a determinadas especies"

La temática desarrollada por el primer expositor Mr Oliver Hillel, versó sobre actividades del turismo, la conservación de la biodiversidad y el turismo.

Principios basados en la convención de la diversidad biológica (1992), cuyos objetivos son:

- Conservación de la diversidad biológica
- Uso sustentable de todos sus componentes
- Repartición justa e igualitaria de los beneficios de la utilización de los recursos genéticos.

Se hace un reconocimiento que el ecoturismo tiene efectos sobre la flora y fauna (distribución de las especies, su comportamiento, estructura de la comunidad, densidad saludable, etc), pero que en ausencia de esta actividad también tiene efectos.

Ecoturismo en su opinión no es "Conservación" pero si implica el uso sustentable de la biodiversidad (símil a la agricultura orgánica o al manejo de los bosques)

CORFO XII REGION

14.08.2008 00635

DESTINO:

- La conservación de la vida silvestre en turismo también requiere de "manejo".
- Se requiere de políticas e instituciones que se hagan cargo del manejo
- Minimizar los impactos negativos de la actividad.

Define la naturaleza prístina tanto como ésta se mantenga sustentable "sin tabúes". Se requiere de un análisis cuidadoso y una solución caso a caso.

En lo referido al producto, algunas interrogantes:

- ¿Paisaje, ecosistema o especies carismáticas?
- ¿Observar o interactuar?
- ¿Cantidad de visitantes como contribución marginal?
- ¿Conservación o uso sustentable?

En definitiva concluye que el ecoturismo debe ser una "experiencia honesta"

La segunda expositora Vitoria Carvalho, dueña de un lodge de ecoturismo en el Amazona, río Cristalino, relata su experiencia personal. Esta ha logrado a través de la actividad de ecoturismo la conservación de una zona prístina, de alto valor ecológico y una enorme biodiversidad.

El tercer expositor, Vidar Holthe, biólogo de la Federación Noruega de dueños de bosques, expone de acerca de la pesca y caza como parte las actividades del turismo y conservación de la biodiversidad y turismo.

La temática desarrollada fue un tema que generó bastante polémica entre los asistentes, especialmente por las implicancias de la pesca y caza en el sufrimiento de los animales objetivo. Los argumentos de defensa fueron los tradicionales, comparando la actividad con otras en que el hombre hace uso de animales domésticos. Por otra parte se argumentó las tradiciones históricas de los pueblos en el uso de los recursos silvestres, concluyendo son posibles las actividades de pesca y caza con uso sustentable de los recursos.

c) Conclusiones de la Conferencia Mundial :

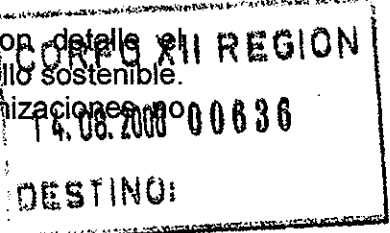
Declaración de Oslo Sobre Ecoturismo

En 2002 las Naciones Unidas declararon el Año Internacional de Ecoturismo, cuyo acontecimiento máximo fue la Cumbre Mundial de Ecoturismo, sostenida en Quebec, Canadá en mayo de aquel año.

La Conferencia Global de Ecoturismo sostenida en Oslo en mayo de 2007, marcó el quinto aniversario de la Cumbre de Québec. Su objetivo era de evaluar los logros y desafíos en el campo de ecoturismo desde 2002, juntando asociaciones nacionales y regionales ecoturismo y profesionales y médicos de en el mundo entero, y construir el compromiso a la política y acciones para reforzar la contribución única de ecoturismo a la conservación y el desarrollo sostenible.

Organizado por la Sociedad Internacional Ecoturismo (LAZOS), Ecoturismo Noruega y el Programa de Ambiente de Naciones Unidas (UNEP), la conferencia fue asistida por aproximadamente 450 delegados de 73 países.

En 2002 la Declaración de Québec sobre Ecoturismo explicó con detalle el potencial y los desafíos de ecoturismo en la contribución a del desarrollo sostenible. Se hicieron recomendaciones a gobiernos, el sector privado, organizaciones no



gubernamentales, agencias internacionales y comunidades locales e indígenas. Ellos permanecen válidos hoy y esta Declaración de Oslo reafirma la Declaración de Québec.

Desde 2002:

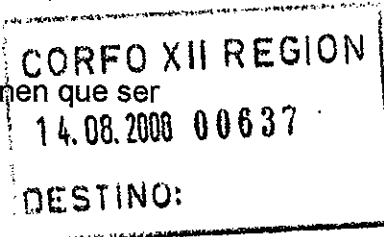
- Muchas de las áreas líderes mundiales naturales permanecen bajo amenaza; hubo una remota pérdida de diversidad biológica y los recursos para la conservación permanecen inadecuados.
- Las llegadas de turismo Mundiales han crecido en el 23 % y con la previsión de doblarse hacia 2020.
- Hay mucho más conciencia del grado y las consecuencias de cambio de clima, incluyendo la contribución de viajes corrientes y futuros a esto.
- El papel de turismo en el apoyar el desarrollo sostenible y el logro de los Objetivos de Desarrollo de Milenio, notablemente el alivio de pobreza, más fuerte ha sido reconocido.

En la luz de estas presiones y oportunidades, la Organización de Turismo Mundial, UNEP y otras agencias internacionales ha estado persiguiendo y sigue apoyando la política para hacer todo el turismo más sostenible. Este acercamiento totalmente es aprobado.

El ecoturismo debe seguir jugando una administración y el papel innovador en esta búsqueda, ajustando un ejemplo para la industria entera. Hacer esto es inherente en su definición, como una forma de turismo que implica viajes responsables a áreas naturales y que conserva el ambiente y sostiene el bienestar de la población local.

El ecoturismo ha alcanzado un gran trato en los cinco años pasados, y aún muchos desafíos permanecen:

- El Interés en visitar áreas naturales y observar la fauna que ha seguido creciendo, trayendo oportunidades, pero también presiona y la necesidad de la buena dirección.
- El término ecoturismo más extensamente es reconocido y usado, pero también es abusado - suficientemente no es anclado a la definición.
- Muchos gobiernos han desarrollado estrategias ecoturísticas - ellos bien tienen que ser integrados en el turismo establecido y la política ambiental y apoyados por la acción.
- Los números crecientes de proyectos en el mundo entero se han esforzado de establecer empresas de ecoturismo, a menudo dentro de comunidades locales, como el medio de mejorar sustentos sostenibles y contribuir a la conservación, aún muchos permanecen económicamente frágiles y tienen que relacionarse mejor con mercados.
- Muchos países ahora tienen sociedades de ecoturismo - ellos tienen que ser reforzados y apoyados con su trabajo.



- La Sociedad Internacional Ecoturismo (TIES) ha hecho conexiones con miembros en más de 100 países y afiliaciones con más de 40 asociaciones nacionales y regionales de ecoturismo. El desafío permanece para unir la conservación, comunidades y viajes sostenibles por la educación y la propugnación.

En reconocimiento a estos desafíos globales y específicos de sector y reflejar los cuatro temas de la Conferencia Global Ecoturismo 2007, agencias internacionales, gobiernos, apelan a la planificación y la entrega del ecoturismo:

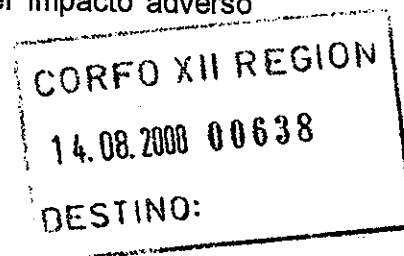
1.- Reconocer el valioso papel que ecoturismo puede jugar en el desarrollo local sostenible

El Ecoturismo ocurre en áreas rurales y a menudo remotas donde las fuentes alternativas de sustento son escasas y los niveles de pobreza son con frecuencia altos. Esto puede proporcionar una adición muy necesaria al ingreso local de una actividad que valora y apoya la conservación. Sin embargo, comunidades locales deberían estar implicadas en su planificación y en las ventajas que esto trae y la atención debe ser pagada para tocar la planificación de las actividades y el acceso de mercado si debe ser económicamente sostenible. La acción debería incluir:

- Establecimiento de sociedades más fuertes entre comunidades locales, negocios de turismo de sector bien informados privados, organizaciones no gubernamentales y gobierno.
- Entregando más ventajas a la gente pobre, por política de empleo, la cadena de suministro local, ayuda con formación de la empresa y apoyo a servicios locales e infraestructura.
- Estimulación de prácticas de agricultura sostenibles y ventaja mutua económica por eslabones creativos entre ecoturismo y agricultura.
- Animando desarrollo de producto innovador y comercio justo por refuerzo de eslabones con las artes, artesanías y herencia local.
- Aprovechar al máximo designaciones de conservación para beneficiar comunidades locales.

2.- Maximizan el potencial de ecoturismo bien manejado como una fuerza clave económica para la conservación de naturaleza Ecoturismo depende de paisajes finos y la fauna abundante.

Por lo tanto, el desarrollo del ecoturismo y los ingresos que este puede traer debería ser visto como un aliado fuerte y el instrumento en su conservación. De verdad, la definición de ecoturismo requiere que ventajas de conservación positivas sean resultado de ello. Claramente, esto requiere que toda la actividad ecoturismo bien sea diseñada y manejada para reducir al mínimo cualquier impacto adverso sobre el ambiente donde esto ocurre. La acción debería incluir:



- Refuerzo del conocimiento, habilidades y recursos de autoridades de área protegidas en desarrollo y dirección ecoturismo, y ganancia en el apoyo de ello.
- Reconocer las necesidades especiales de áreas costeras y océanos, debido a sus hábitats sensibles, recursos escasos, y popularidad para turismo y a las presiones que se cambian sobre sus comunidades.
- Desarrollar modos innovadores de usar el ecoturismo para apoyar y financiar la conservación.
- Diseñar instalaciones para el ecoturismo en total armonía con su entorno, dejando una huella mínima y combinando las fuerzas de inspiración y nueva tecnología.
- Dirigiendo con sensibilidad la interacción directa entre visitantes y fauna, para prevenir la pérdida de diversidad biológica y busca un beneficio neto a la conservación.

3.- Apoyan la viabilidad y el funcionamiento de empresas ecoturismo y actividades por el marketing eficaz, la educación y el entrenamiento

El negocio de ecoturismo puede ser tan frágil y sensible como algunos ambientes en los cuales esto ocurre. Debido a su naturaleza, muchas de las personas complicadas en ello son no necesariamente expertas en finanzas o bien informadas sobre mercados y visitantes que se manejan. Empresas micro o pequeñas proporcionan muchos productos en ecoturismo. Deberían animar a la gente en el sector y ayudado trabajar juntos para desarrollar habilidades, la penetración de mercado y las economías de escala. La acción debería incluir:

- Asegurar que todas las partes del mundo tienen el acceso a la educación práctica y de alta calidad y programas que se entrenan en ecoturismo, si entregado en la zona o remotamente.
- La Fabricación de la información actualizada disponible sobre mercados de ecoturismo y refuerzo del acceso a ellos por los canales más eficaces, incluyendo la nueva tecnología.
- Mejoramiento de habilidades locales en la dirección y la interpretación, como un componente fundamental de una alta calidad, experimenta ecoturismo auténtico
- Trabajar con los medios de comunicación para animar el reportaje exacto, informativo de ecoturismo, levantar el perfil del sector y animar la adhesión a sus principios.
- Refuerzo de asociaciones locales, nacionales y regionales ecoturismo y sus eslabones a la Sociedad Internacional Ecoturismo, creación de una red realmente fuerte de redes.

