

TURISMO COMUNITARIO EN ISLAS: EL CASO DE BOAVISTA (CABO VERDE)

COMMUNITY-BASED TOURISM IN ISLANDS: THE CASE OF BOAVISTA (CAPE VERDE)

Sandra M^a Sánchez Cañizares

Universidad de Córdoba, España

sandra.sanchez@uco.es

Ana María Castillo-Canalejo

Universidad de Córdoba, España

dt1casca@uco.es

Eva Gallardo Gallardo

Universidad de Barcelona, España

eva.gallardo@ub.edu

RESUMEN

Los destinos insulares, por su entorno medioambiental, su relativo aislamiento y la cultura tradicional de sus habitantes, pueden considerarse lugares idóneos para dar respuesta a los flujos turísticos que huyen del turismo de masas. Por ello, el desarrollo de un turismo comunitario para estos destinos, basado en una planificación turística sustentada en los acuerdos con la comunidad de la zona, de forma que los habitantes no sólo sean partícipes en la toma de decisiones sino también, beneficiarios de los efectos positivos derivados del turismo, cobra especial relevancia hoy día. El objetivo de este trabajo es presentar un análisis de la situación del turismo, desde el punto de vista de la demanda, en una determinada área geográfica, la isla de Boavista en Cabo Verde (África), que se encuentra en una fase de despegue y desarrollo y, donde la principal afluencia de turistas se dirige a grandes resort con paquetes de todo incluido. Los resultados muestran que Boavista tiene un enorme potencial para desarrollar un turismo de sol y playa comunitario y sostenible.

PALABRAS-CLAVE

Turismo Comunitario, Turismo Sostenible, Islas, Boavista, Cabo Verde.

ABSTRACT

Island destinations, because of their environment, their relative isolation and the traditional culture of its inhabitants, may be considered ideal places to meet tourist flows fleeing from mass tourism. Therefore, the development of a Community-Based tourism has special relevance today. This kind of tourism should be based on tourism planning grounded in an agreement supported by the community in the area in order that people are not only participating in decision making but also benefiting from the positive effects of tourism. The aim of this paper is to analyze the tourism situation, from the demand point of view, in the island of Boavista in Cape Verde (Africa), which is in an initial phase of take off and development, and where the main influx of tourists goes to major tourist resorts with all-included packages. The results show that Boavista has a huge potential to develop a sun-and-beach, Community-Based, and sustainable tourism.

KEYWORDS

Community-Based Tourism, Sustainable Tourism, Islands, Boavista, Cape Verde.

1. INTRODUCCIÓN

El turismo actual comprende una amplia variedad de productos y destinos enfocados a dar respuesta a los distintos gustos de los consumidores, que se posicionan en segmentos de mercado muy diversos. Así, es posible encontrar estratos de turistas que evitan coincidir con los habituales destinos masificados de sol y playa y prefieren viajar a lugares más exclusivos y novedosos, es decir, que sean escasamente conocidos por la demanda turística. Determinados destinos insulares, por su entorno medioambiental, su relativo aislamiento y la cultura tradicional, pueden considerarse lugares idóneos para dar respuesta a este tipo de flujos turísticos que huyen del turismo de masas. Dentro de este segmento de mercado es posible encontrar dos tipos de perfil bien diferenciados: por un lado, una élite de turistas con elevada capacidad de compra y que busca la singularidad y la diferenciación del destino; por otro, un segmento con menor poder adquisitivo, los excursionistas y mochileros que también desean acudir a lugares inalcanzables e insospechados, como los escenarios insulares, pero a precios mucho más reducidos. De hecho, diversas islas, en especial, de América Latina, comienzan a considerarse destinos preferentes para estos dos tipos de segmento de mercado.

No obstante, pese a las ventajas económicas para la población de estos lugares que pueden derivarse de los ingresos, la creación de empleo directo e indirecto generados por el turismo, no hay que perder de vista los efectos negativos que igualmente pueden producirse. Así, hay que prestar atención a aspectos como la presión sobre el medioambiente (demanda de agua, creación de nuevas infraestructuras, incremento de residuos, etc.) o la influencia sobre la cultura tradicional de los pobladores de la isla y la pérdida de su carácter tradicional. Luego, cobra especial relevancia el desarrollo de un turismo comunitario para estos destinos, que se apoye en una planificación turística sustentada en acuerdos con la comunidad de la zona, de forma que los habitantes sean partícipes de la toma de decisiones e, igualmente beneficiarios de los efectos positivos derivados del turismo. Dicha planificación habrá de tener en cuenta las características e idiosincrasia de la isla para evitar en la medida de lo posible los efectos indeseados y manteniendo presente en todo momento el concepto de “sostenibilidad”.

El objetivo de este trabajo es presentar un análisis de la situación del turismo, desde el punto de vista de la demanda, en una determinada área geográfica, la isla de Boavista en Cabo Verde (África), que se encuentra en una fase de despegue inicial y desarrollo y, donde la principal afluencia de turistas se dirige a grandes resort con paquetes turísticos de todo incluido. Así, en el siguiente apartado se realiza una revisión de la literatura sobre el turismo comunitario en islas; en el tercer apartado, se hace una descripción del área geográfica objeto de estudio; en el cuarto apartado se describe la metodología de la investigación; y, por último, se presentan los principales resultados y la discusión de los mismos.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

El turismo comunitario (en inglés, Community-Based Tourism CBT) tiene como eje principal la integración de servicios de oferta turística (alojamiento, restauración, oferta complementaria o gestión) con el complemento de otras características como su inter-conexión con otros sistemas (educación, sanidad o medio ambiente) y el desarrollo de un proyecto creado por y para la propia comunidad local, interrelacionándola con sus visitantes (Cioce et al., 2007). Asimismo, la autogestión y el control local

directo por parte de la comunidad de las posibles iniciativas turísticas que decida desarrollar (Inostroza, 2008) se consideran principios fundamentales.

Es interesante destacar que el CBT, cuyo concepto aparece inicialmente en el trabajo de Murphy (1985) y cuyo modelo se encuentra bien ilustrado en trabajos como los de Gunn y Var (2002) o Brent-Ritchie (1999), se encuentra auspiciado hoy día por organizaciones como la OMT, centrándose en el objetivo de crear productos y servicios turísticos con el objetivo de la participación de la comunidad local. Según López-Guzmán y Sánchez Cañizares (2009) las razones que justifican la inclusión de la comunidad local en la planificación y gestión turística pueden centrarse en tres: le sirve para adaptarse a los cambios, abrir su mentalidad y formar parte del producto turístico.

En cuanto a los beneficios del CBT, Manyara y Jones (2007) mencionan el posible impacto económico en la comunidad, su desarrollo y la diversificación sostenible de estilos de vida. No obstante, Kibicho (2008) hace referencia al impacto positivo de la reducción de conflictos entre agentes turísticos, la consecución de sinergias y el intercambio de conocimientos y capacidades entre los miembros de la comunidad.

Aunque las investigaciones sobre iniciativas de turismo comunitario han documentado diversos casos, como Okazaki (2008) en Asia, Dyer et al (2003) en Oceanía, Lepp (2007) en África y, más frecuentemente, proyectos desarrollados en Latinoamérica (Guerreiro, 2007; Zorn y Farthing, 2007; Ruiz et al., 2008), lo cierto es que no abundan los trabajos sobre este tipo de turismo en zonas insulares.

Desde tiempos históricos las islas han atraído a un gran número de visitantes ya que representan entornos pacíficos, la libertad individual y lo exótico. Por ello el turismo juega un papel significativo en el desarrollo socioeconómico de archipiélagos e islas contribuyendo a un mayor dinamismo y crecimiento de variables económicas (Shubert, et al. 2011, Holzner, 2011). No obstante, las islas parten en posición de desventaja por su distancia a los mercados, con precios elevados en las transacciones internacionales y mercados laborales muy limitados por su dependencia de los expatriados (Milne, 1992). Otra de las cuestiones que afectan al desarrollo del turismo en las comunidades aisladas se refiere a la presencia de un oligopolio en términos de infraestructura turística (Wiltshier y Cardow, 2008). Todo ello origina la visión del turismo como un medio sencillo de lograr el desarrollo económico de forma que las políticas turísticas de ciertas islas pueden convertirse en luchas de poder que no favorecen en medida alguna a la comunidad local (Altinay et al., 2007).

No obstante, existen varios estudios que documentan cómo el concepto de “turismo comunitario” y “turismo sostenible” sientan las bases de la planificación turística llevada a cabo en varios territorios insulares. Entre otros, se pueden mencionar los siguientes casos:

-La Isla Suriqui en Bolivia (Cárdenas Villanueva, 2001) donde atractivos como la construcción artesanal por parte de los lugareños de balsas de totora en astilleros, la gastronomía, la agricultura tradicional (tal como se practicaba en la época prehispánica) y algunos rituales religiosos pueden ser fuente de iniciativas turísticas comunitarias.

-La isla Juan Venado en Nicaragua (PROARCA, 2005) forma parte del proyecto COMAP creado por el Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales (MARENA) nicaragüense para el impulso de un nuevo modo de manejo de áreas protegidas. Se trata de un co-manejo de seis áreas protegidas (entre ellas, la isla Juan Venado) en el que el gobierno cede mediante Convenio la administración de las mismas a un Organismo No Gubernamental sin fines de lucro tras un proceso de selección. Cabe decir que este concepto de co-manejo, donde se participa en conjunto con los propietarios privados y la comunidad local ya ha sido utilizado en otras regiones de América Latina con algún éxito.

-Taquile (Montoya Canchis, 2007) es una comunidad quechua situada en una isla en medio del lago Titicaca, al sur de Perú. Los taquileños han llevado a cabo una experiencia de economía solidaria propia y original. Dicha originalidad reside en la forma en que han vinculado su artesanía con el tejido, sus danzas, música y, en general, su patrimonio cultural, con la demanda del mercado turístico internacional.

-La comunidad de Anapia (Giraldo, 2001), isla ubicada en el lago menor Malca del cuerpo del lago Titicaca tiene una alianza comercial con la agencia de viajes “AllWays Travel” que dio forma al destino turístico de la isla. Para iniciar el proyecto se planteó la conformación de una alianza para la evaluación y diseño del proyecto, tras lo que se convocó a la comunidad de Anapia de forma que ambas partes suscribieran un convenio en el que se pactaron las mutuas obligaciones y beneficios a obtener.

-La isla de Ometepe, en Nicaragua (Sánchez Crispín et al., 2008), uno de los países más pobres de Latinoamérica cuenta con 4 asociaciones pertenecientes a la Red Nicaragüense de Turismo Rural y Comunitario y la Red de Turismo Sostenible cuyo objetivo común es que el turismo rural comunitario que se promueve en la isla complemente la actividad económica tradicional y la población nativa participe en la promoción, propuesta de actividades y obtención de beneficios derivados de la llegada de turistas tanto nacionales como extranjeros. En los últimos veinte años los turistas que visitan la isla se ha multiplicado por seis.

-Las islas Chatham (Wiltshier y Cardow, 2008), un archipiélago de Nueva Zelanda, donde se busca la identificación de respuestas de la comunidad local al reto de la diversificación mediante los servicios turísticos.

En cualquier caso, no hay que perder de vista que una buena calidad del servicio turístico requiere un cierto nivel de calidad de vida en la zona receptora, de ahí que el turismo comunitario trate de avanzar en la mejora de las condiciones socioeconómicas de la población local de forma que ello repercuta igualmente en la experiencia del visitante y se cree un círculo virtuoso entre ambos elementos.

3. DELIMITACIÓN DEL ÁREA GEOGRÁFICA OBJETO DE LA INVESTIGACIÓN

El área geográfica objeto de la investigación empírica realizada se centra en el archipiélago de Cabo Verde y más concretamente en la isla de Boavista. Cabo Verde está compuesto por 10 islas de origen volcánico (Santo Antao, Sao Vicente, Santa Luzia, Sao Nicolau, Sal, Boa Vista, Maio, Santiago, Fogo y Brava) situadas en el Océano Atlántico, a una distancia aproximada de 500 kilómetros de la costa de Senegal. El país tiene una extensión de 4.033 kilómetros cuadrados y fue colonia portuguesa hasta su independencia. El archipiélago es actualmente uno de los pocos países africanos donde la estabilidad democrática es una realidad. La ausencia de graves problemas, bien de tipo social (conflictos de carácter étnico o religioso), bien natural (como huracanes o epidemias) sitúa a Cabo Verde como un destino turístico seguro. Además, en los últimos años se ha producido un importante crecimiento económico debido, en parte, al aumento significativo de la actividad turística. Todos estos factores hacen de este destino una interesante oportunidad para los inversores.

Cabe decir que Boavista es la isla menos poblada del archipiélago, con el 1,2 % de la población residente en el país. Su economía se basa fundamentalmente en la agricultura, la pesca y un turismo de sol y playa que está en fase de expansión, con un aeropuerto internacional de reciente construcción. En el último año llegaron a la isla algo menos de 160.000 visitantes, que representa alrededor del 34,2% del total de entradas, siendo la 2ª isla que recibe un mayor número de turistas tras la isla de Sal (54,8%) con un número de pernотaciones que suponen el 27,2% de todo Cabo Verde.

Según datos del INE de Cabo Verde, durante el primer trimestre de 2010, la tasa de ocupación-cama fue del 48% para todo el país, siendo la de la isla de Boa Vista la de mayor tasa de ocupación-cama con un 65%. En todas las islas ha aumentado el número de establecimientos de alojamiento en el período 2000-2010. También, siendo Boavista, la isla que ha experimentado un mayor crecimiento en este período con un incremento del 217% y llegando en el 2010 a 21 establecimientos. Destacan, por su tamaño, dos nuevos resorts de cadenas españolas que se inauguraron en el período 2009-2010: Club Hotel Riu Karamboa (cinco estrellas, playa Salines) y un hotel Iberostar (4 estrellas, playa Chave). Estos hoteles funcionan normalmente por paquetes turísticos en régimen de todo incluido.

4. METODOLOGÍA

La metodología utilizada para la realización de esta investigación consistió en el diseño una encuesta de demanda, con la finalidad de delimitar y analizar la situación del turismo en la isla de Boavista que se realizó a los turistas extranjeros en diferentes puntos seleccionados de la isla, a través de un muestreo aleatorio simple. Previamente, se efectuó un pre-test de 15 encuestas para detectar posibles desviaciones y errores. El número total de respuestas válidas obtenidas fue de 202. El trabajo de campo se desarrolló en el período comprendido entre junio-julio de 2010.

El instrumento de medida aplicado se basó en un cuestionario de 18 ítems acerca de la motivación de viaje a la isla de Boavista, los datos sociodemográficos de la persona encuestada, la utilización de servicios ofrecidos por pequeñas y medianas empresas y la valoración sobre determinados aspectos de la isla. Este cuestionario se presentó en cuatro idiomas diferentes (portugués, inglés, francés y español).

La tabulación y el análisis de la información obtenida se ha realizado en el programa SPSS 15.0. Por último, mencionar que se han aplicado técnicas de análisis estadístico para obtención de los correspondientes resultados.

5. RESULTADOS

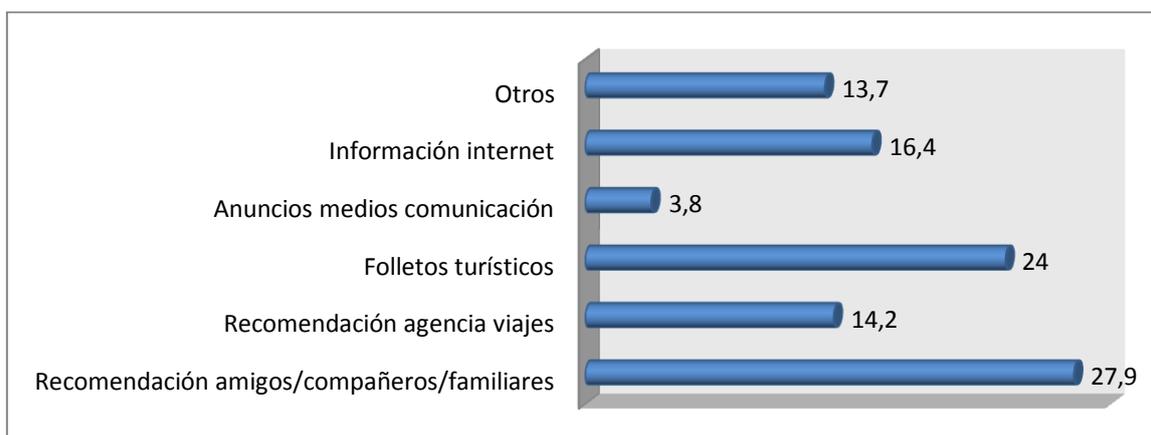
El análisis se inicia con una panorámica del perfil del turista de la isla de Boavista (tabla 1). Se trata de un visitante joven (más del 75% tienen menos de 50 años), con una formación relativamente elevada (58,8% poseen una titulación universitaria) que visita la isla por primera vez por motivos vacacionales, generalmente con pareja o, pareja e hijos y, permanece entre una y dos semanas. Los principales países de procedencia de los turistas son Portugal, Alemania y Reino Unido. En el primer caso se realizan vuelos directos desde Lisboa dado que, como se ha indicado previamente, Cabo Verde fue colonia de este país hasta su independencia. Alemania y Reino Unido también poseen paquetes vacacionales (vuelo + hotel) diseñados expresamente para este destino.

Tabla 1. Perfil del visitante de Boavista

Variable	%	Variable	%
Sexo		Primera visita a la isla	
-Varón	50,5	-Sí	81,3
-Mujer	49,5	-No	18,7
Edad		Motivo del viaje	

-Menos de 30	24,4	-Turismo	83,0
-30-39 años	27,9	-Negocios	10,5
-40-49 años	24,4	-Visita familiares/amigos	1,0
-50-59 años	14,7	-Otros	5,5
-60 años o más	8,6		
Formación		Tiempo permanencia	
-Primaria	5,4	1 día, sin pernoctar	3,0
-Secundaria	35,8	2 días, 1 noche	2,5
-T. U. Grado medio	36,9	3-7 días	51,8
-T. U. Grado superior	21,9	Más de una semana	42,6
País de procedencia		Cómo hace el viaje	
-España	4,2	-Solo	10,1
-Alemania	24,5	-Con pareja	51,5
-Portugal	24,5	-Con pareja e hijos	17,7
-Cabo Verde	3,1	-Con compañeros de trabajo	7,1
-Francia	2,6	-Con amigos	11,1
-Suiza	1,0	-Solo con hijos	2,5
-Italia	12,0		
-Bélgica	7,8		
-Holanda	0,5		
-Reino Unido	18,2		
-República Checa	1,0		
-Bulgaria	0,5		

Por lo que se refiere al modo en que el turista ha optado por este destino (gráfico 1), principalmente la elección proviene de la recomendación de amigos, compañeros o familiares que ya han visitado Boavista. Seguidamente, se encuentra la información obtenida mediante folletos turísticos o a través de internet. Se observa que la recomendación de agencias de viaje únicamente supone un 14,2% de los casos, ello indica la necesidad de potenciar este medio para dar a conocer esta isla caboverdiana.

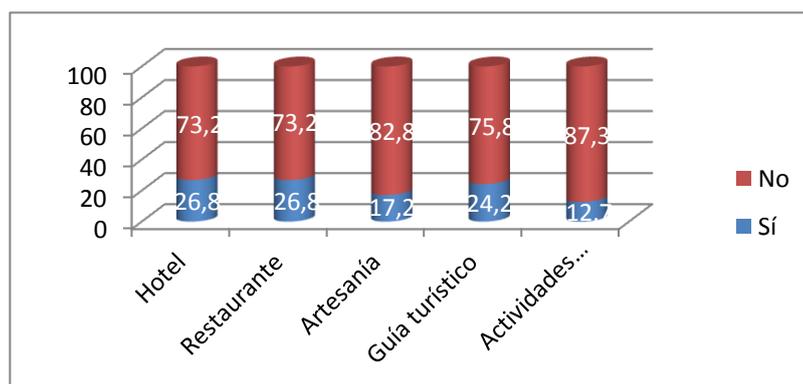
Gráfico 1. Motivo por el que se ha seleccionado el destino

El medio utilizado para alcanzar la isla ha sido prácticamente en la totalidad de los casos el transporte aéreo (97%), por lo que el barco (1%) no supone una forma de desplazamiento preferente para el turista que visita la isla de Boavista.

Para los traslados en el interior de la isla, un 77,8% no utiliza coche y un 84,3% tampoco emplea coche de alquiler. En cambio, un 44,4% sí hace uso de taxis. La explicación reside en el precio elevado de los arrendamientos de vehículos en las compañías dedicadas a este tipo de negocio. Los desplazamientos son escasos y compensa en mayor medida solicitar el servicio de taxi, cuyo precio suele negociarse previamente con el conductor.

La forma de alojamiento predominante es el establecimiento hotelero (90%), y es que gran parte de los turistas se encuentran concentrados en los complejos hoteleros que rodean la isla. Estos complejos pertenecen en su mayoría a cadenas españolas y funcionan, como se ha mencionado previamente, bajo la fórmula del “todo incluido”. Según los resultados, del 90% de turistas que se alojan en hoteles se aprecia que más del 95% lo hace en establecimientos de 4 (42%) y 5 estrellas (53,4%) siendo muy minoritario el turismo que hace uso de los pequeños hoteles y hostales familiares.

Un aspecto negativo detectado en este estudio es el escaso conocimiento o uso que los visitantes de Boavista realizan de los servicios turísticos ofertados por la comunidad (gráfico 2), ya sean hoteles, restaurantes, artesanías, servicios de guía turístico o actividades deportivas. Este hecho se encuentra motivado en la escasa necesidad que el turista, que se aloja en los grandes complejos hoteleros, tiene de salir de su alojamiento donde encuentra todo lo que necesita para su tiempo de ocio. De este modo, el beneficio económico derivados del turismo no llega a revertir en mejoras sociales para la comunidad originaria de la isla.

Gráfico 2. % de turistas que utilizan/no utilizan servicios turísticos comunitarios

Cuando se interroga acerca de los motivos que llevan a los visitantes a hacer uso o no de este tipo de servicios (tabla 2) se observa cómo los turistas que los han demandado aprecian especialmente las prestaciones recibidas (41,27%), mientras que uno de cada tres encuestados han seleccionado este tipo de oferta turística por su concienciación con dichas iniciativas. En cambio, aquellos que no optan por ellas lo justifican, principalmente, por su desconocimiento de las empresas dedicadas a ofrecer estos servicios.

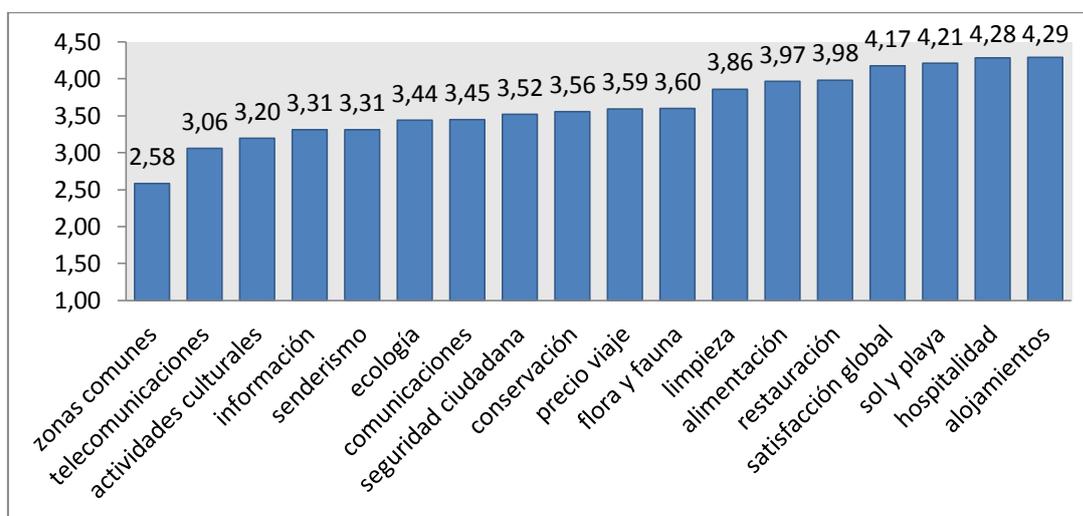
Tabla 2. Causas de utilizar/no utilizar servicios turísticos comunitarios

Motivo de no utilizar estos servicios	%	Motivo de utilizar estos servicios	%
No conozco a ninguna empresa	34,33	Son más baratos	21,43
Son muy caros	17,91	Me gusta el tipo de servicio que presta	41,27
No me gusta el tipo de servicio	11,94	Estoy concienciado con este tipo de iniciativas	30,16
Otros	35,82	Otros	7,14

Se ha solicitado a los turistas que califiquen en una escala Likert de 5 puntos (1-muy insatisfecho a 5-muy satisfecho) su grado de satisfacción con distintas prestaciones y servicios de la oferta turística de Boavista. Según se aprecia en el gráfico 4 los aspectos mejor valorados son los establecimientos de alojamiento, la hospitalidad de los nativos y las playas de la isla. Asimismo, la satisfacción global con el viaje obtiene una evaluación por encima de los 4 puntos.

Por el contrario, son aspectos escasamente valorados los espacios comunes, las telecomunicaciones (los servicios de telefonía e internet no presentan un funcionamiento de calidad), las actividades culturales ofertadas y la información y señalización de caminos y calles.

Gráfico 3. Calificación de servicios de oferta turística



Finalmente, se ha efectuado un análisis cluster para detectar grupos de turistas que presentan valoraciones semejantes de los servicios turísticos, de forma que se han hallado dos conglomerados (tabla 3). En concreto, el primer conglomerado representaría aquellos turistas que conceden una valoración media más reducida en su satisfacción con todas las variables relacionadas con la oferta

turística. Este grupo está formado por 47 individuos. Por su parte, los casos que configuran el conglomerado 2 (51 casos) presentan calificaciones medias más altas en todas las variables.

Tabla 3. Análisis cluster sobre la satisfacción con aspectos turísticos de la isla.

Variable	Conglomerado	
	1	2
Precio viaje	3,17	4,08
Hospitalidad	3,85	4,65
Conservación	2,77	4,20
Información	2,68	3,80
Alojamiento	3,85	4,65
Restauración	3,68	4,27
Comunicación	2,79	3,88
Seguridad	3,17	4,08
Limpieza	3,21	4,41
Telecomunicaciones	2,57	3,49
Alimentación	3,49	4,39
Actividades culturales	2,30	3,88
Zonas comunes	2,09	3,14
Ecología	2,81	4,02
Sol y playa	3,89	4,57
Flora y fauna	3,06	3,92
Senderismo	2,64	3,73
Satisfacción general	3,81	4,49

Filtrando los casos correspondientes a cada cluster, se ha comprobado que los individuos que pertenecen al primer grupo se corresponden con el grupo de edad de 30 a 39 años (44,7%) y que poseen un título universitario de grado superior (44,4%). El filtrado de casos para el conglomerado 2 muestra una mayoría de visitantes con título universitario de grado medio (47,8%), de procedencia portuguesa (51,1%) o británica (21,3%). En efecto, efectuando el contraste de asociación chi-cuadrado entre la pertenencia a cada conglomerado y estas variables, se admite la hipótesis de asociación con nivel formativo ($\chi^2 = 9,495; p < 0,05$) y con país de origen ($\chi^2 = 16,990; p < 0,05$).

También se ha encontrado significación estadística con el uso de servicio de restaurante en relación al turismo comunitario ($\chi^2 = 2,435; p < 0,10$), de forma que aquellos turistas que pertenecen al clúster donde se valora más positivamente los servicios de la isla presentan una frecuencia más alta en la visita a este tipo de establecimientos de restauración regentados por la comunidad de Boavista.

6. CONCLUSIONES

La isla de Boavista en Cabo Verde se presenta como un nuevo destino turístico que empezó su despegue hace 5 años y que se caracteriza principalmente por un turismo de sol y playa gestionado por grandes cadenas hoteleras de paquetes de todo incluido. Junto a esta oferta hotelera extranjera de grandes resort también existen pequeñas iniciativas de turismo comunitario que intentan conseguir su lugar en el mercado y que persigue que la riqueza que se genere con esta actividad repercuta de forma directa en los propios habitantes de la isla. Los principales resultados del estudio realizado muestran cómo esta isla es visitada por turistas con una formación académica universitaria, procedentes de diferentes países (principalmente Portugal, Alemania y Reino Unido) y guiados por recomendaciones de amigos y familiares. Luego se detecta una necesidad de una mayor promoción turística de este destino por internet, folletos y agencias de viajes. Por otro lado, el medio de transporte utilizado para llegar a la isla es, mayoritariamente, el avión ya que no existen otras buenas comunicaciones. La inmensa mayoría de los turistas se encuentran alojados en complejos hoteleros de todo incluido y representan un porcentaje muy minoritario los pequeños hoteles y hostales de capital caboverdiano, prueba de ello es que no se consumen los servicios prestados por la comunidad, siendo la principal razón el desconocimiento de los mismos ya que tienen todos los servicios incluidos en las cadenas hoteleras y también porque consideran que son menos económicos. El turista que visita la isla presenta en general un elevado grado de nivel de satisfacción.

Luego, podemos decir que Boavista presenta un gran potencial para desarrollar un turismo de sol y playa, pero para que el mismo sea sostenible es necesario una mayor participación local en las iniciativas turísticas que al ser a pequeña escala repercuten en menor medida en el ecosistema. En este aspecto juegan un papel fundamental las diferentes administraciones públicas, ONGs y universidades (tanto nacionales como extranjeras) que deberían de realizar una apuesta por convertir a la isla de Boavista en un ejemplo de cómo el turismo de sol y playa bien gestionado produce un elevado grado de satisfacción en los turistas y a la vez permite un crecimiento sostenible.

REFERENCIAS

- ALTINAY, L. (2007), “Barriers to Sustainable Tourism Development in Jamaica”, *Tourism Analysis*, 12, 1-13.
- BRIENHANN, J., AND WICKENS, E. (2004), “Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas – vibrant hope or impossible dream”, *Tourism Management*, 25, 71-79.
- BRENT-RITCHIE, J. R. (1999), “Policy formulation at the tourism/environment interface: insights and recommendations from the Banff-bow Valley study”, *Journal of Travel Research*, 38 (2), 100-110.
- CÁRDENAS VILLANUEVA, J. (2001), “Experiencias con comunidades indígenas: La isla Suriqui del Lago Titicaca en Bolivia”, *Organización Internacional del Trabajo, Turismo Sostenible con comunidades indígenas, mercado y sostenibilidad*, 22-28.
- CIOCE SAMPAIO, C. A., BONA CARVALHO, M., AND RIBEIRO DE ALMEIDA, F. E. (2007), “Community tourism: montnhabeija-flordourado pilot project (microbasin of the sagrado river, Morretes, Paraná)”, *Turismo-Visao e Acao*, 9 (2), 249-266.
- DYER, P. ABERDEEN, L., AND SCHULER, S. (2003), “Tourism impacts on an Australian indigenous community: a Djabugay case study”, *Tourism Management*, 24, 83-95.
- GIRALDO, M. (2001), “Turismo comunitario en la Isla Anapia en Puno” in Organización Internacional del Trabajo, *Turismo, mercado y sostenibilidad*, 17-19.

- GUERREIRO MARCON, E. M. (2007), “O turismo como agente de desenvolvimento social e a comunidade Guaraniinas ‘Ruínas Jesuíticas de São Miguel das Missões’ ”, *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 5 (3), 43-352.
- GUNN, A., AND VAR, T. (2002), *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*, Routledge, New York.
- HOLZNER, M. (2011), “Tourism and economic development: The beach disease?”, *Tourism Management*, 32, 922-933.
- INOSTROZA, G. (2008), “Apuntes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la región andina”, *Gestión Turística*, 10, 77-90.
- KIBICHO, W. (2008), “Community-based tourism: A factor-cluster segmentation approach”, *Journal of Sustainable Tourism*, 16 (2), 211-231.
- LEPP, A. (2007), “Residents’ attitudes towards tourism in Bigodi village, Uganda”, *Tourism Management*, 28, 876-885.
- LÓPEZ-GUZMÁN, T., AND SÁNCHEZ CAÑIZARES, S. (2009), “Desarrollo socioeconómico de las zonas rurales con base en el turismo comunitario. Un estudio de caso en Nicaragua”, *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 6 (62), 81-97.
- MILNE, S. (1992), “Tourism and development in South Pacific microstates”, *Annals of Tourism Research*, 19, 191-212.
- NYAUPANE, G. P., MORAIS, D. B., AND DOWLER, L. (2006), “The role of community involvement and number/type of visitors on tourism impacts: A controlled comparison of Annapurna, Nepal and Northwest Yunnan, China”, *Tourism Management*, 27, 1373-1385.
- OKAZAKI, E. (2008), “A community-based tourism model: Its conception and use”, *Journal of Sustainable Tourism*, 16 (5), 511-529.
- MANYARA, G., AND JONES, E. (2007), “Community-based tourism enterprises development in Kenya: An exploration of their potential as avenues of poverty reduction”, *Journal of Sustainable Tourism*, 15 (6), 628-644.
- MONTOYA CANCHIS, J. (2007), “Taquile: Tejiendo relaciones entre solidaridad, autoridad comunal y mercado turístico”, *Otra Economía*, 1 (1), 46-62.
- MURPHY, P. (1985), *Tourism: A community approach*, Methuen, London.
- PROARCA (2005), “Área Protegida Isla ‘Juan Venado’”, *Serie Finanzas para la Conservación, León (Nicaragua)*, PROARCA.
- RUIZ, E., HERNÁNDEZ, M., COCA, A., CANTERO, P., AND DEL CAMPO, A. (2008), “Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad”, *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6 (3), 399-418.
- SÁNCHEZ CRISPÍN, A., URBINA BRAVO, M. A., AND PROPÍN FREJOMIL, E. (2008), “Rasgos territoriales del turismo en la Isla Ometepe, Nicaragua”, *Cuadernos de Turismo*, 21, 159-179.
- SCHUBERT, S. F., BRIDA, J. G., AND RISSO, W. A. (2011), “The impacts of international tourism demand on economic growth of small economies dependent on tourism”, *Tourism Management*, 32, 337-385.
- WILTSHIER, P., AND CARDOW, A. (2008), “Tourism, indigenous people and endogeneity in the Chatham Islands”, *Journal of Enterprising Communities*, 2 (3), 265-274.
- ZORN, E., AND FARTHING, L. C. (2007), “Communitarian tourism. Hosts and mediators in Peru”, *Annals of Tourism Research*, 34 (3), 673-689.