



Oficina  
Internacional  
del Trabajo

**Sector del empleo  
Documento de Trabajo núm. 12**

**2008**

**Gobiernos locales, turismo comunitario y sus redes**

**MEMORIA  
V Encuentro consultivo regional (REDTURS)**

Departamento de  
las Pequeñas  
Empresas

Departamento de  
Creación de  
Empleos y  
Desarrollo de la  
Empresa

Copyright © Organización Internacional del Trabajo 2008  
Primera edición 2008

Las publicaciones de la Oficina Internacional del Trabajo gozan de la protección de los derechos de propiedad intelectual en virtud del protocolo 2 anexo a la Convención Universal sobre Derecho de Autor. No obstante, ciertos extractos breves de estas publicaciones pueden reproducirse sin autorización, con la condición de que se mencione la fuente. Para obtener los derechos de reproducción o de traducción, deben formularse las correspondientes solicitudes a Publicaciones de la OIT (Derechos de autor y licencias), Oficina Internacional del Trabajo, CH-1211 Ginebra 22, Suiza, o por correo electrónico a [pubdroit@ilo.org](mailto:pubdroit@ilo.org), solicitudes que serán bien acogidas.

Las bibliotecas, instituciones y otros usuarios registrados ante una organización de derechos de reproducción pueden hacer copias de acuerdo con las licencias que se les hayan expedido con ese fin. En [www.ifrro.org](http://www.ifrro.org) puede encontrar la organización de derechos de reproducción de su país.

---

Gobiernos locales, turismo comunitario y sus redes: memoria : V encuentro consultivo regional (REDTURS) / Organización Internacional del Trabajo, Departamento de las Pequeñas Empresas, Departamento de Creación de Empleos y Desarrollo de la Empresa – Ginebra: OIT, 2008  
90 p. (Sector del empleo documento de trabajo; núm.12)

ISBN: 9789223214302; 9789223214319 (web pdf)

Oficina Internacional del Trabajo; Sector del Empleo

turismo / desarrollo turístico / gobierno local / desarrollo económico local / América Latina

08.17.6

*ILO Cataloguing in Publication Data*

---

Las denominaciones empleadas, en concordancia con la práctica seguida en las Naciones Unidas, y la forma en que aparecen presentados los datos en las publicaciones de la OIT no implican juicio alguno por parte de la Oficina Internacional del Trabajo sobre la condición jurídica de ninguno de los países, zonas o territorios citados o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras.

La responsabilidad de las opiniones expresadas en los artículos, estudios y otras colaboraciones firmados incumbe exclusivamente a sus autores, y su publicación no significa que la OIT las sancione.

Las referencias a firmas o a procesos o productos comerciales no implican aprobación alguna por la Oficina Internacional del Trabajo, y el hecho de que no se mencionen firmas o procesos o productos comerciales no implica desaprobación alguna.

Las publicaciones y los productos electrónicos de la OIT pueden obtenerse en las principales librerías o en oficinas locales de la OIT en muchos países o pidiéndolas a: Publicaciones de la OIT, Oficina Internacional del Trabajo, CH-1211 Ginebra 22, Suiza. También pueden solicitarse catálogos o listas de nuevas publicaciones a la dirección antes mencionada o por correo electrónico a: [pubvente@ilo.org](mailto:pubvente@ilo.org).

Vea nuestro sitio en la red: [www.ilo.org/publns](http://www.ilo.org/publns).

---

Impreso in Suiza

## Prólogo

El objetivo primordial de la OIT es contribuir con los países a alcanzar el pleno empleo productivo y un trabajo decente para todos, incluyendo a las mujeres y a los jóvenes, objetivo que ha sido ampliamente adoptado por la comunidad internacional.

Para apoyar a los Estados Miembros y a los interlocutores sociales a alcanzar este objetivo, la OIT impulsa la Agenda del Trabajo Decente, la cual comprende cuatro áreas interrelacionadas: respeto de los derechos fundamentales de los trabajadores y de las normas internacionales del trabajo, fomento del empleo, protección social y diálogo social. Las explicaciones sobre este enfoque integrado y sus desafíos se encuentran en varios documentos clave: en aquéllos que definen y explican el concepto de trabajo decente,<sup>1</sup> en el Convenio sobre la política del empleo, 1964 (núm. 122),<sup>2</sup> y en el Programa Global de Empleo.

El Programa Global de Empleo fue elaborado por la OIT por consenso tripartito de la Comisión de Empleo y Política Social de su Consejo de Administración. Luego de su adopción en 2003, el programa ha sido desarrollado y se ha vuelto más operativo; hoy día representa el marco referencial mediante el cual la OIT persigue su meta de ubicar el empleo en el centro de las políticas económicas y sociales.<sup>3</sup>

El Sector de Empleo está plenamente comprometido en la ejecución del Programa Global de Empleo a través de una amplia gama de actividades de asistencia técnica y fortalecimiento de capacidades, servicios de asesoramiento e investigación sobre políticas. Como parte de su programa de investigación y publicaciones, el Sector de Empleo promueve la generación de conocimientos sobre cuestiones y áreas temáticas relacionadas con los elementos fundamentales del Programa Global de Empleo y la Agenda de Trabajo Decente. Las publicaciones del Sector consisten en libros, documentos de trabajo, informes sobre el empleo y notas de orientación.<sup>4</sup>

La serie *Documentos de Trabajo sobre Empleo* está orientada a difundir los principales resultados de las investigaciones emprendidas por los departamentos y programas del Sector. Los documentos de trabajo tienen por objeto alentar el intercambio de ideas y estimular el debate. Las opiniones expresadas en los mismos son responsabilidad exclusiva de sus autores y su publicación no significa que la OIT las comparta o las apruebe.

José Manuel Salazar-Xirinachs  
Director Ejecutivo  
Sector de Empleo

<sup>1</sup> Consultar los diferentes informes del Director General para la Conferencia Internacional del Trabajo: Trabajo decente (1999); Reducir el déficit de trabajo decente. Un desafío global (2001); Superar la pobreza mediante el trabajo (2003).

<sup>2</sup> En 1964, los miembros de la OIT adoptaron el Convenio núm. 122 sobre la política del empleo que estipula: “Con el objeto de estimular el crecimiento y el desarrollo económicos, de elevar el nivel de vida, de satisfacer las necesidades de mano de obra y de resolver el problema del desempleo y del subempleo, todo Miembro deberá formular y llevar a cabo, como un objetivo de mayor importancia, una política activa destinada a fomentar el pleno empleo, productivo y libremente elegido”.

<sup>3</sup> Ver [www.ilo.org/gea](http://www.ilo.org/gea), en particular: Puesta en práctica del Programa Global de Empleo: Estrategias de empleo en apoyo al trabajo decente, documento de “Visión”, OIT, 2006.

<sup>4</sup> Ver [www.ilo.org/employment](http://www.ilo.org/employment).



## Prefacio

La presente memoria sintetiza y difunde las presentaciones y los resultados de los debates del V Encuentro Consultivo Regional de REDTURS, llevado a cabo en Bolivia, del 14 al 18 de mayo de 2007. El evento se organizó en dos partes. La primera estuvo destinada a visitar tres emprendimientos comunitarios en el Departamento de Oruro (Tomarapi, Río Lauca y Tata Sajama), a fin de compartir experiencias con las comunidades anfitrionas. La segunda parte se desarrolló en La Paz, en la modalidad de seminario-taller, con presentaciones introductorias de los programas gubernamentales de fomento del turismo comunitario; una encuesta sobre las organizaciones participantes en el encuentro, y una exposición detallada de las iniciativas que las comunidades rurales e indígenas han puesto en marcha en sus respectivos países.

Fueron convocados al evento representantes de las organizaciones comunitarias de 13 países de la región: Argentina, Brasil, Bolivia, Colombia, Costa Rica, Chile, Ecuador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá y Perú.

Los dos temas centrales de la agenda: turismo comunitario y gobiernos locales; fortalecimiento de las organizaciones nacionales y locales de REDTURS, fueron debatidos en grupos de trabajo; sus deliberaciones y recomendaciones se exponen en este documento. Se dio también seguimiento al “*Código de Conducta para el turismo comunitario de América Latina*”, instrumento elaborado en el precedente encuentro, celebrado en Panamá, en noviembre de 2005.

La primera parte de esta memoria relata la sesión inaugural del seminario-taller en la que hicieron uso de la palabra un representante del Comité Nacional de emprendimientos y organizaciones sociales de Bolivia, un líder de una red local de turismo, el representante de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y el Viceministro de Turismo de Bolivia.

La segunda parte aborda el bloque temático “*Gobiernos locales y turismo comunitario*”, el mismo que comprende dos secciones. La primera ofrece una síntesis de las exposiciones que realizaron los representantes de Bolivia, Guatemala, Argentina y el alcalde de San Antonio de Lomerio (Bolivia); mientras que la segunda entrega los resultados del trabajo en grupos sobre temas de planificación, gestión, alianzas, servicios municipales y políticas locales.

La tercera parte del documento da cuenta de una versión resumida del mencionado Código de Conducta y de las deliberaciones finales como preámbulo a su aprobación.

La cuarta parte contempla el bloque temático “*Fortalecimiento de las federaciones nacionales de turismo comunitario*”, que se inició con la exposición de los resultados de una encuesta de la OIT sobre el perfil y la dinámica de las organizaciones presentes en el evento. Posteriormente, una serie de exposiciones mostraron el grado de desarrollo de cada una de las federaciones y los retos que enfrentan en su proceso de consolidación.

La quinta parte de la memoria aborda el tema de la “*Consolidación de las redes locales de turismo comunitario*”, con presentaciones introductorias de algunos casos destacados. Luego se prosiguió con el trabajo en grupos para deliberar temas como el fortalecimiento institucional, el desarrollo empresarial, el mercadeo, la comercialización y el financiamiento de dichos emprendimientos. Finalmente, el documento concluye con la sesión de clausura del evento.

La OIT y las organizaciones comunitarias de REDTURS expresan su vivo reconocimiento al Gobierno del *Presidente Evo Morales*, por la cálida y fraternal acogida brindada a los participantes durante su estadía en Bolivia, y por la audiencia concedida al fin del evento en la Casa Presidencial. El éxito del encuentro es tributario del eficaz y decidido apoyo político y logístico del Ministerio de la Producción y la Microempresa, en particular del señor Ricardo Cox, Viceministro de Turismo y su equipo técnico, coordinado por Sandra Lima. Un reconocimiento especial a la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI) por el co-financiamiento del evento.

Una versión preliminar de la presente memoria fue redactada por la Consultora A-TEC. La versión final fue elaborada por Amparo Fabra y Carlos Maldonado, coordinador de REDTURS-OIT.

La OIT espera que la difusión de las experiencias compartidas y las propuestas concertadas con los líderes comunitarios contribuirá a orientar las políticas públicas en materia de turismo comunitario en América Latina, así como a fomentar acciones de los gobiernos locales, los cuales vienen expresando un particular interés por las políticas de empleo, el desarrollo del turismo y la conservación de los recursos naturales. Un enfoque interinstitucional con esas características parece el más promisorio para crear fuentes de empleo de calidad en las comunidades rurales, contribuyendo así a mitigar la pobreza que les aqueja, a reducir la migración juvenil y a revitalizar la cultura autóctona.

Martin Clemensson  
Manager  
Programa de Desarrollo de las  
Pequeñas Empresas

Michael Henriques  
Director  
Departamento de Creación de  
Empleos y Desarrollo de la  
Empresa

## INDICE

Prólogo.....	iii
Prefacio .....	v
Glosario .....	ix
I. Orientaciones del evento.....	1
1. Globalización y turismo comunitario .....	1
2. REDTURS: retos y estrategias .....	2
3. Temática a tratarse.....	3
4. Objetivos .....	4
4.1 Objetivos generales .....	4
4.2 Objetivos específicos.....	4
5. Resultados esperados.....	5
6. Carácter del evento .....	5
7. Organización del evento .....	6
8. Participantes .....	6
II. Desarrollo del evento .....	8
1. Sesión inaugural .....	8
2. Gobiernos locales y turismo comunitario.....	10
2.1 Proceso de descentralización turística en Bolivia.....	10
2.2 Red de Turismo Comunitario Sostenible de América Latina.....	14
2.3 Los Comités de Autogestión Turística, Guatemala .....	17
2.4 Programa Turismo Rural de base comunitaria, Jujuy, Argentina.....	20
2.5 Procesos participativos en desarrollo turístico, Chiquitanía, Bolivia .....	22
2.6 Trabajo en grupos: Gobiernos locales y turismo comunitario.....	23
3. Código de Conducta para el turismo comunitario de América Latina .....	30
3.1 Directrices para códigos de conducta .....	30
3.2 Comentarios y respuestas .....	34
4. Federaciones nacionales de turismo comunitario.....	37
4.1 Perfil y dinámicas de las organizaciones de turismo comunitario de América Latina .....	37
4.2 Red Indígena de Turismo de México (RITA) .....	45
4.3. Federación Nacional de Turismo Comunitario de Guatemala (FENATCGUA).....	48

4.4	Red Nicaragüense de Turismo Rural Comunitario (RENITURAL) .....	49
4.5	Asociación Costarricense de Turismo Rural Comunitario (ACTUAR) .....	51
4.6	Red de Turismo Rural Comunitario de Costa Rica (COOPRENA) .....	52
4.7	Federación Plurinacional de Turismo Comunitario de Ecuador (FEPTCE).....	56
4.8	Red Boliviana de Turismo Solidario Comunitario (TUSOCO) .....	57
4.9	Red Brasileña de Turismo Solidario Comunitario (TURISOL) .....	59
5.	Redes locales de turismo comunitario .....	60
5.1	Llachón, Turismo Rural en el Lago Titicaca (Perú) .....	60
5.2	Red de Turismo Comunitario Garifuna, Honduras (MUTU) .....	61
5.3	Kai Ecotravel Operador comunitario de turismo (Colombia) .....	63
5.4	Red de Turismo Campesino Valles Calchaquíes de Salta (Argentina) .....	64
5.5	Red de Parques Comunitarios, Asociación Mapu Lahual (Chile).....	65
5.6	Red de Turismo de Chiapas Ecotours y Étnias nacionales y locales (México).....	67
6.	Trabajo en grupos: Redes nacionales y locales de turismo comunitario y sostenibilidad ...	70
7.	El próximo encuentro regional de REDTURS .....	76
7.1	La sede.....	76
7.2	Temas a tratar en el próximo encuentro .....	77
8.	Sesión de clausura del evento .....	78
	ANEXO 1: Programa de actividades del V Encuentro consultivo a comunidades .....	81
	ANEXO 2: Lista de participantes al V Encuentro de REDTURS.....	85



## Glosario de siglas y acrónimos

ACEPESA	Asociación Costarricense para la Economía, la Salud y el Ambiente
ACTUAR	Asociación Costarricense de Turismo Rural Comunitario
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
CAF	Cooperación Andina de Fomento
CATA	Central American Tourism Agency
CAMTUR	Cámara de Turismo
CATs	Comités de Autogestión Turísticas
CANATUR	Cámara Nacional de Ecoturismo de Costa Rica
CCT	Consejos Cantorales de Turismo
CIDH	Comisión Interamericano de Derechos Humanos
COCODES	Consejos Comunitarios de Desarrollo
COMUDES	Consejos Municipales de Desarrollo
CONADI	Consejo Nacional de Desarrollo Industrial
CONAF	Consejo Nacional Forestal
CONAMA	Consejo Nacional del Medio ambiente
CONPETH	Confederación Panamericano de Escuelas de Turismo, Hotelería y Gastronomía
COOPRENA	Red de Turismo Rural Comunitario de Costa Rica
COPROTUR	Corporación Proturismo
COTURAP	Comité Técnico de Turismo en Áreas Protegidas
CTC	Centros de Turismo Comunitario
DEL	Desarrollo Económico Local
ETEDPI	Educación para el Trabajo, Empleo y Derechos de los Pueblos Indígenas
FENATUCGUA	Federación Nacional de Turismo Comunitario de Guatemala
FEPTCE	Federación Plurinacional de Turismo Comunitario de Ecuador
FITUR	Feria Internacional de Turismo – Madrid
FMI	Fondo Monetario Internacional
FOMIN	Fondo Multilateral de Inversiones
GATS	Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios
INGUAT	Instituto Guatemalteco de Turismo
INFOCOOP	Instituto de Fomento de Cooperativas
IPRC	Instituto de Producción Rural de Chiapas

ITB	Feria Internacional de Turismo – Berlin
MyPEs	Micro y pequeñas empresas
MUTU	Red de Turismo Comunitario Garífuna, Honduras
NETCOM	Negocios Turísticos con Comunidades
OMC	Organización Mundial del Comercio
OMPI	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
OMT	Organización Mundial del Turismo
ONG	Organización non gubernamental
PNUD	Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo
RENITURAL	Red Nicaragüense de Turismo Rural Comunitario
RITA	Red Indígena de Turismo Alternativo de México
SERNATUR	Secretaria Nacional de Turismo
TRC	Turismo rural comunitario
TURISOL	Red Brasileira de Turismo Solidario Comunitario
TUSOCO	Red Boliviana de Turismo Solidario
UCA	Unión de Cooperativas Agrícolas

# I. ORIENTACIONES DEL EVENTO

## 1. Globalización y turismo comunitario

La insuficiente dinámica de las actividades agropecuarias tradicionales y el deficiente desempeño de las pequeñas unidades productivas impiden a la gran mayoría de la población rural de América Latina gozar de empleos estables e ingresos suficientes que garanticen un nivel de vida decoroso. Los procesos de exclusión social y política explican el déficit histórico que acumulan los estratos sociales más vulnerables del agro en materia de educación, formación profesional, nutrición y salud, lo cual redundará en una baja productividad laboral y una débil capacidad para desempeñar labores calificadas y bien remuneradas.

La globalización económica trae consigo cambios de comportamiento de los consumidores, la búsqueda de nuevas fuentes de ventajas competitivas y el uso creciente de las tecnologías de la información y la comunicación. Estos factores inciden con mayor fuerza en sectores dinámicos, como el turismo, que despliega una expansión sostenida a escala mundial.<sup>5</sup> Frente al fenómeno de la masificación, un creciente segmento de turistas reclama productos novedosos, vivencias culturales auténticas y destinos de naturaleza prístinos. La pujanza del turismo y sus nuevas corrientes representan una fuente de oportunidades para pequeños negocios, en la medida en que éstos sean capaces de ofertar productos que conjuguen atributos de originalidad y autenticidad, fuentes de diferenciación y competitividad.

La oferta turística de las comunidades rurales aparece como una opción consistente con las nuevas dinámicas del mercado, pues sus productos valoran la identidad cultural y fomentan intercambios vivenciales, permitiendo al visitante disfrutar de experiencias originales que combinan atractivos culturales y ecológicos, al margen de los derroteros del turismo de masas. No obstante, dichas comunidades enfrentan el mercado con severas restricciones al ser excluidas de las instituciones y discriminadas del acceso a los recursos productivos, servicios públicos y mercados. Esta situación evidencia la *paradoja de la pobreza* que afecta a muchas comunidades: siendo potencialmente ricas en atractivos, éstos no han podido ser transformados en recursos y en activos empresariales a ser valorados a través del mercado.<sup>6</sup>

El turismo comunitario en América Latina es un fenómeno que data de las dos últimas décadas y surge en un contexto de grandes cambios económicos, sociales y políticos: la liberalización de los flujos comerciales y financieros; la vigencia de los nuevos paradigmas del desarrollo sostenible y la responsabilidad social de la empresa. El fenómeno ha conocido una relativa bonanza en zonas de excepcional belleza paisajística, dotadas de atractivos culturales y vida silvestre, ya sea en territorios comunales o en áreas públicas aledañas.

Si bien el turismo constituye una fuente complementaria de empleo e ingresos para un creciente número de comunidades de la región, existe un consenso sobre el hecho de que

<sup>5</sup> Según la OMT, el flujo internacional de viajes crecerá un 6 por ciento de media anual hasta 2020, cuando el total de viajeros habrá alcanzado los 1.600 millones.

<sup>6</sup> Carlos Maldonado: Síntesis analítica y comparada de 23 estudios de caso de etnoturismo comunitario en América Latina, OIT, SEED, 2005.

éstas no pueden por sí solas suplir las insuficiencias que acusa el entorno en el que operan. En efecto, aún queda mucho por hacer en el ámbito de las políticas públicas para lograr un entorno propicio a la creación y desarrollo de las pequeñas empresas, principalmente en lo relativo al acceso a infraestructura productiva y nuevos mercados, a la mejora de las calificaciones profesionales y la supresión de las barreras legales e institucionales.

A este respecto, conviene resaltar que los resultados apreciables alcanzados por programas de turismo se explican gracias a factores tales como: la voluntad política de forjar consensos y concretar resultados con organizaciones comunitarias; un alto grado de complementariedad y flexibilidad de las instituciones públicas; la búsqueda de efectos sinérgicos resultantes de una eficaz coordinación entre actores locales, nacionales y la cooperación internacional.<sup>7</sup>

Habida cuenta del impacto del turismo en las sociedades locales, es necesario precautelar los efectos negativos del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (GATS) impulsado por la Organización Mundial del Comercio (OMC). Los riesgos de debilitamiento de las políticas y prácticas de desarrollo sostenible del turismo son obvios. En efecto, dichos acuerdos exigen una libertad casi irrestricta para que las empresas multinacionales puedan acceder a los mercados nacionales, operar en cualquier zona del país y gozar de un trato no discriminatorio. Las potenciales áreas de conflicto pueden gravitar en torno a tres ejes:

- un debilitamiento de las regulaciones que restringen determinadas operaciones, como el número de visitantes a los ecosistemas frágiles;
- un laxismo en la aplicación de las disposiciones que tienden a compatibilizar el desarrollo del turismo y la preservación del patrimonio de las culturas locales;
- la eliminación de las normas relativas al uso preferencial de recursos locales: mano de obra, alimentos, equipo y materiales.

Aunque los GATS prevén, en teoría, la generalización de los beneficios de la liberalización de los servicios, la poca o ninguna participación de las comunidades rurales en las instancias de toma de decisión que regulan la actividad económica significa una real amenaza. El turismo comunitario puede aspirar a un futuro sostenible en la medida en que las políticas públicas adopten y apliquen con firmeza un conjunto de reglas de juego para preservar la diversidad cultural y la cohesión social, los ecosistemas y su biodiversidad. Sin esas reglas, el desarrollo del turismo continuará marginando y empobrecerá aún más a las comunidades afectadas.

## **2. REDTURS: retos y estrategias**

El reto para las comunidades rurales de América Latina consiste en dotarse de estructuras y medios de presión política que les permitan incidir con mayor decisión en sus condiciones de vida y de bienestar, fomentando relaciones económicas e institucionales de un nuevo orden. Sólo acrecentando su poder de negociación las organizaciones comunitarias lograrán, por un lado, impulsar políticas públicas que incentiven sus proyectos productivos y, por otro, suscribir acuerdos comerciales justos con tour operadores nacionales o transnacionales.

Para hacer frente a este reto, el primer imperativo consiste en alentar procesos asociativos que articulen eficientemente la oferta de servicios; procuren una inserción competitiva en los mercados y fomenten el uso sostenible del patrimonio comunitario. El

<sup>7</sup> Francisco Enríquez; Carlos Maldonado: *Restaurando la esperanza con comunidades indígenas de Guatemala*, OIT, serie REDTURS, 2007, WP80.

segundo imperativo radica en mejorar la capacidad de gestión autónoma, tanto en el ámbito empresarial como en el ámbito organizacional, calificando para ello recursos humanos y líderes de una nueva generación.

En respuesta a las tendencias del mercado y a las aspiraciones formuladas por numerosas organizaciones indígenas y campesinas de la región, la OIT ideó la creación de la “Red de Turismo Sostenible” (REDTURS). Su propósito es acompañar a las comunidades en los procesos de reflexión, búsqueda de soluciones y aplicación de estrategias que les permitan competir con ventajas en el mercado, potenciando sus fortalezas y superando sus carencias.

En esta perspectiva, en el V Encuentro Consultivo a comunidades, organizado por gobierno de Bolivia y la OIT<sup>8</sup> se propone compartir experiencias, debatir opciones y concertar propuestas orientadas a fortalecer el carácter sostenible del turismo comunitario.

### 3. Temática a tratarse

El encuentro abordará dos temas previamente acordados en el IV Encuentro Consultivo Regional de Panamá (2005):

- i) **Gobiernos locales y turismo comunitario:** este enfoque responde a la creciente importancia que está cobrando el desarrollo económico local (DEL) y el papel protagónico de los actores locales en la búsqueda de soluciones para generar fuentes de empleo e ingreso en procura de un mayor bienestar social. Las estrategias para vigorizar el tejido social y productivo gracias a nuevas alianzas institucionales, políticas locales incitativas y pautas de actuación para concretar efectos sinérgicos serán deliberadas durante el evento.
- ii) **Redes nacionales y locales de turismo comunitario y sostenibilidad:** esta temática viene nutriendo la reflexión de las organizaciones indígenas y campesinas en la óptica de consolidar sus estructuras asociativas, alcanzar una creciente eficiencia de su gestión y salvaguardar el patrimonio comunitario genuino. Con ello se persigue una inserción ventajosa del producto turístico comunitario en el mercado, garantizando experiencias enriquecedoras para el turista y para las comunidades anfitrionas.

Los dos temas se complementan mutuamente en la medida en que las comunidades turísticas, ubicadas en un nicho de mercado dotado de características singulares, pueden:

- Dinamizar una gama de actividades productivas y recursos del territorio, agregando valor e incrementando la competitividad de los pequeños negocios asociados.
- Revitalizar la cultura autóctona, el patrimonio cultural y sus múltiples expresiones tangibles e intangibles.
- Activar redes solidarias y el capital social que éstas detentan como fuente de cohesión y gobierno democrático de la sociedad local.
- Alentar una cultura emprendedora, el surgimiento de una nueva generación de líderes y la contención de la migración de sus elementos más jóvenes y competentes.

Los gobiernos locales, por su parte, pueden realizar una contribución sustantiva a la instauración de un entorno favorable a la creación, funcionamiento y desarrollo de las MyPES turísticas y actividades conexas:

<sup>8</sup> OIT: Convocatoria, V Encuentro Consultivo a Comunidades, Bolivia 14-18 de mayo, 2007.

- Eliminando las barreras legales e institucionales que impiden a las iniciativas económicas locales eclosionar y expandirse.
- Facilitando el acceso a servicios básicos y a infraestructura para elevar la calidad de los servicios y la productividad turística.
- Estimulando la integración productiva intrasectorial e intersectorial, gracias a una política de incentivos financieros y no financieros.
- Fomentando los vínculos comerciales externos de los diferentes estratos empresariales a efectos de dinamizar la capacidad exportadora de la economía local.

La OIT proveerá los documentos técnicos de base y facilitará la presentación de experiencias, a manera de insumos para introducir los temas mencionados, plantear los interrogantes estratégicos para el debate y deliberar propuestas conjuntas con los participantes.

- iii) Además, el evento dará seguimiento a las propuestas elaboradas por los representantes comunitarios al mencionado encuentro de Panamá, sobre las “Directrices para códigos de conducta del Turismo Rural Comunitario de América Latina”. Se procederá al debate y aprobación del documento, el mismo que servirá de instrumento referencial para que las organizaciones comunitarias incidan más decisivamente en los procesos de negociación de la liberalización de los servicios turísticos (GATS), tanto en las esferas políticas nacionales como en las instancias regionales.

## **4. Objetivos**

### **4.1 Objetivos generales**

El evento tiene por objeto contribuir a generar propuestas y las condiciones óptimas para:

- i) Consolidar y ampliar las redes de turismo comunitario y sus pequeños negocios, que operan en estructuras democráticas y solidarias, buscando soluciones innovadoras para captar las oportunidades que genera el mercado y hacer frente a los nuevos desafíos y amenazas.
- ii) Propiciar o activar espacios institucionales para profundizar el diálogo social y fortalecer las alianzas entre actores comunitarios, instituciones públicas, operadores privados y ONGs, apostando por el turismo como una opción viable para complementar la economía familiar y comunitaria de subsistencia.
- iii) Compartir reflexiones y elaborar propuestas con miras a fomentar políticas públicas e impulsar acuerdos comerciales con operadores turísticos emisores y receptores, en procura de una eficiente inserción de las iniciativas comunitarias en los circuitos de la economía global.

### **4.2 Objetivos específicos**

En el marco de los mencionados objetivos generales, el V Encuentro de REDTURS persigue tres objetivos inmediatos interrelacionados:

- i) Compartir y debatir experiencias relevantes en materia de desarrollo turístico en el ámbito local, destacando los acuerdos suscritos entre los gobiernos locales y las organizaciones comunitarias, sus modalidades operativas, instrumentos jurídicos y recursos, así como los resultados alcanzados.
- ii) Analizar críticamente las modalidades organizativas que están adoptando las instancias de coordinación y cooperación del turismo comunitario a nivel local y nacional, sus

objetivos y resultados, y deliberar sobre las condiciones técnicas, financieras e institucionales de su sostenibilidad.

- iii) Definir las áreas prioritarias de apoyo y las pautas de actuación a ser impulsadas en conjunto por los actores públicos, privados y comunitarios, con el sostén de las ONGs y la cooperación internacional, a fin de lograr condiciones de vida y de trabajo dignas para las comunidades anfitrionas de turismo.

## 5. Resultados esperados

Los resultados del evento se plasmarán en documentos cuyo contenido consensuado proveerá:

- Un conjunto de propuestas para impulsar procesos de diálogo, negociación y alianzas entre las organizaciones de turismo comunitario y los gobiernos locales, incluyendo orientaciones para la planificación estratégica, planes de acción, monitoreo de los avances y evaluación de los impactos del turismo en los destinos turísticos.
- Una serie de lineamientos para elaborar un proyecto de cooperación técnica con miras a fortalecer procesos asociativos comunitarios y sus estructuras, calificar recursos humanos al servicio del turismo sostenible, y propiciar procesos de integración con otros actores económicos del sector privado.<sup>9</sup>
- Un código de conducta para el desarrollo sostenible del turismo comunitario en América Latina debatido y aprobado, conteniendo directrices prácticas y orientaciones de política para su implementación a nivel local, nacional y regional.

Con sustento en dichos propuestas, lineamientos y directrices, la OIT alentará, a través de sus proyectos y programas, acciones de cooperación encaminadas a fomentar políticas públicas, alianzas con operadores privados de turismo y apoyo del sector académico, ONGs y cooperación internacional para difundir y aplicar las decisiones resultantes del evento.

## 6. Carácter del evento

El evento regional se define como una consulta directa de REDTURS, con el apoyo de la OIT, a los representantes de las organizaciones indígenas y campesinas de América

<sup>9</sup> De manera resumida, se distinguen dos modalidades de integración, la una horizontal y la otra vertical. En los dos casos, se busca una mayor eficiencia económica y una más alta competitividad de los negocios, efectos que no se podrían alcanzar en forma individual, gracias a la cooperación que se instaura entre las “empresas en red”.

i) Las redes de integración horizontal (asociaciones, agrupamientos, conglomerados o “clusters”) se forman con empresas que comparten una identidad territorial o sectorial común, fortalecen o innovan sus relaciones de cooperación, en procura de beneficios derivados de las economías de escala y formas superiores de organización, como: un mayor acceso a recursos productivos (información, tecnología, capital, marcas colectivas, etc.) y a nuevos mercados, y un incremento del poder de representación y negociación.

ii) Las redes de integración vertical (cadenas productivas o de valor) están configuradas por empresas que participan en procesos de cooperación planificados, englobando diversas fases del proceso productivo (provisión de insumos, suministro de componentes, distribución y comercialización de un bien o un servicio), en estructuras muy jerarquizadas, en las que uno de los actores generalmente detenta el poder. Gracias al acceso a determinados recursos productivos, se logra compartir inversiones, riesgos y ventajas económicas, cuya distribución es función del lugar que una empresa ocupa en la estructura de poder.

Latina que cuentan con iniciativas turísticas consolidadas o en vías de consolidación. Con este propósito, se busca conocer las experiencias, aspiraciones y propuestas de dichas organizaciones y sus comunidades con respecto a la problemática abordada en el evento.

La experiencia de los encuentros regionales precedentes ha probado de manera fehaciente que los representantes comunitarios se expresan con mayor espontaneidad y profundidad cuando se encuentran en un espacio propio y gozan de una atmósfera propicia para hacerlo, sin las restricciones y presiones provenientes del entorno. Los resultados demuestran, además, que el trabajo grupal en esas condiciones es de mayor relevancia, pues las propuestas que se recogen expresan sus genuinas necesidades, aspiraciones y prioridades.

No obstante, ello no excluye la necesaria y útil participación de otros actores en el debate de ideas y la propuesta de políticas y programas, en espacios y eventos nacionales concebidos con ese propósito. REDTURS los organiza y promueve en cooperación con organismos públicos, privados y agencias de cooperación a nivel nacional e internacional.

El Gobierno de Bolivia, a través del Viceministerio de Turismo, del Ministerio de la Producción y la Microempresa, tuvo a bien acoger el evento en calidad de país anfitrión, y facilitó todos los medios requeridos para su éxito.

## 7. Organización del evento

Tal como se desarrollaran los anteriores eventos regionales, se prevé dos partes:

- La primera está destinada a visitar destinos turísticos comunitarios destacados de Bolivia: Tomarapi, Río Lauca y Tata Sajama en el Departamento de Oruro, a fin de intercambiar experiencias, comparar enfoques y aprender de los procesos impulsados por las comunidades anfitrionas (lunes 14 y martes 15 de mayo).
- La segunda congregará a los representantes de las organizaciones comunitarias en torno a talleres de debate y propuesta, en la ciudad de La Paz, en los que se expondrán sus iniciativas y proyectos relacionados con los temas centrales mencionados (miércoles 16 a viernes 18 de mayo).

## 8. Participantes

El evento congregará a unas 50 personas provenientes de comunidades indígenas y rurales de 13 países, de los cuales 30 serán de Bolivia y 20 acudirán de otros países. Cuando existe una federación nacional de turismo comunitario en un país, ésta actúa como la portavoz de sus miembros. En este caso, un representante del país es designado por esa instancia. No obstante, cuando la experiencia de una comunidad o de un líder destaca en uno de los temas abordados por el evento, se suele invitar a una segunda persona del mismo país.

Los representantes de las siguientes federaciones nacionales y redes locales de turismo comunitario fueron convocados a participar en el evento:

1. RITA: Red Indígena de Turismo de **México**.
2. SENDA SUR: Red de Turismo de Chiapas Ecotours y Etnias, **México**.
3. FENATUCGUA: Federación Nacional de Turismo Comunitario de **Guatemala**.
4. MUTU: Red de Turismo Comunitario Garífuna, **Honduras**.
5. RENITURAL: Red **Nicaragiense** de Turismo Rural.
6. ACTUAR: Asociación **Costarricense** de Turismo Rural Comunitario.
7. COOPRENA: Red de Turismo Rural Comunitario **de Costa Rica**.



8. Red de Turismo de los Pueblos KUNA, **Panamá**.
9. KAÍ ECOTRAVEL: Operador Turístico Comunitario, **Colombia**.
10. FEPTCE: Federación Plurinacional de Turismo Comunitario de **Ecuador**.
- 11-12. Asociación de Turismo Vivencial Comunidad Raqchi y Comunidad Llachón, **Perú**.
13. TUSOCO: Red **Boliviana** de Turismo Solidario Comunitario.
14. TURISOL: Red **Brasileña** de Turismo Solidario Comunitario.
15. Red de Parques Comunitarios Mapu Lahual, **Chile**.
16. Red de Turismo Campesino de los Valles Calchaquíes, Salta, **Argentina**.
17. Red Provincial de Turismo Rural de Base Comunitaria de Jujuy, **Argentina**.

La participación de las personas provenientes de ámbitos no-comunitarios obedece al mismo criterio enunciado: poseer una experiencia o conocimientos probados en una de los temas abordados en el evento. En este caso, los invitados pueden ser representantes del sector público (nacional o local), la empresa privada, el sector académico, las ONGs y consultores vinculados a las acciones de apoyo y a los servicios que brinda REDTURS.

## II. DESARROLLO DEL EVENTO

### 1. Sesión inaugural

En el acto inaugural tomó la palabra en primer lugar el Sr. Gabriel Fernández, representante del Comité Nacional de emprendimientos y organizaciones sociales de Bolivia<sup>10</sup> vinculadas al turismo comunitario del país. Señaló la importancia de concertar, promover y formular propuestas para que la actividad turística comunitaria incida decididamente en la reducción de la pobreza, en un marco en el que la interculturalidad, la equidad y la inclusión social sean los parámetros referenciales. No se trata sólo de una actividad de subsistencia a corto plazo; se debe considerar la sostenibilidad de las comunidades en su globalidad y el bienestar de las familias vinculadas al turismo a largo plazo.

Señaló que uno de los propósitos del Comité Nacional es la formulación de una propuesta de ley, la misma que debe beneficiar a todos los que realizan y protagonizan el turismo comunitario. Se refirió a los gobiernos locales y a los actores locales como entes importantes en el desarrollo económico y su papel descollante en la búsqueda de soluciones para el bienestar social. Sostuvo que este evento coadyuvará a compartir experiencias de turismo comunitario innovadoras, que fortalecerán y ampliarán los procesos de aprendizaje colectivo.

Destacó la necesidad de conformar una red operacional de turismo comunitario en Bolivia, la cual tendría que aglutinar a todos los emprendimientos comunitarios del país, que, según datos del Viceministerio, se aproximan a 70 emprendimientos.

Por último, felicitó a los organizadores y auspiciadores del encuentro, a la OIT, al gobierno de Bolivia y a los miembros de REDTURS. Concluyó dando la bienvenida a las delegaciones presentes de turismo comunitario de América Latina.

El Sr. Cecilio Solís, representante de la Red Indígena del Turismo de México (RITA), agradeció a la OIT por su invitación al encuentro y al Gobierno de Bolivia por organizarlo. Se refirió al gran reto que asumieron los pueblos y las comunidades indígenas con la implementación de programas y proyectos de turismo. Mencionó la importancia de la cultura para el desarrollo de las comunidades indígenas y su aporte a la humanidad en cuanto a sus conocimientos colectivos ancestrales sobre la diversidad biológica de sus territorios y la medicina tradicional. Concluyó señalando la importancia de esos territorios para amortiguar el cambio climático que afecta a la humanidad y deseando éxito al evento.

En representación de la OIT, Carlos Maldonado agradeció al Viceministro de Turismo; a los representantes y líderes del movimiento campesino indígena y cooperativo de América Latina; a las comunidades anfitrionas de Tomarapi, el Río Lauca y Tayta

<sup>10</sup> En la conformación del mismo está representada la Red de Turismo Solidario Comunitario (TUSOCO), a la cual se encuentran afiliados emprendimientos comunitarios operativos y otros en proceso de iniciación, como la Federación departamental de pesqueros de turismo del Lago Titicaca, el emprendimiento de Turismo Illimani, la Asociación de Mujeres Aymaras del Qullasuyu (AMAQ), la Unión Nacional de Artesanos Productores de Arte Popular de Bolivia. Además, el Comité cuenta con la participación de algunas organizaciones matrices, como la Confederación Sindical Única de Trabajadores Campesinos de Bolivia, el Consejo Nacional de Ayllus y Markas del Qullasuyu, la Confederación Indígena de Pueblos del Oriente Boliviano y la Federación Nacional de Mujeres Campesinas de Bolivia Bartolina Sisa.

Sajama, por la acogida brindada. Hizo énfasis en la importancia del turismo comunitario como opción económica consistente con relación a las nuevas dinámicas del mercado mundial, en la medida que sus destinos valoran la identidad cultural, fomentan intercambios vivenciales y permiten al visitante disfrutar de experiencias únicas resultantes de una original combinación de atractivos culturales, ecológicos y de aventura, al margen de los derroteros convencionales del turismo de masas.

Destacó las oportunidades que el turismo comunitario tiene en el mercado mundial, siempre que conserve su autenticidad y mejore su capacidad de gestión empresarial. Hizo referencia a la paradoja de la pobreza: las comunidades son potencialmente ricas en recursos turísticos, pero éstos no han podido ser transformados en activos económicos, por las condiciones de exclusión social e institucional en las que viven. Preciso que REDTURS tienen como misión acompañar a las comunidades en la aplicación de sus propias estrategias de desarrollo, fortaleciendo su capacidad de gestión empresarial y su poder de negociación con los interlocutores públicos y privados.

Recalcó la dificultad que tienen muchas comunidades que operan aisladamente en negociar políticas públicas que incentiven el desarrollo de sus negocios y en suscribir acuerdos comerciales ventajosos con operadores turísticos nacionales y transnacionales. Para hacer frente a estos retos y sacar el mejor provecho de las nuevas oportunidades, en casi todos los países de la región se están alentando procesos asociativos y fomentando relaciones económicas e institucionales de un nuevo orden.

Comentó que aún queda mucho por hacer en el ámbito de las políticas públicas y de la cooperación internacional para lograr un entorno propicio a la creación y desarrollo de las pequeñas empresas turísticas comunitarias, principalmente en lo relativo al acceso a recursos e infraestructuras productivas, a la apertura de nuevos mercados, a la mejora de las competencias técnicas y a la supresión de las barreras legales e institucionales.

Hizo una breve alusión a los encuentros anteriores de la Red, que permitieron abordar temas y elaborar propuestas de importancia capital para el desarrollo del turismo comunitario, tales como: La Declaración de Otavalo (septiembre 2001) y la Declaración de San José (octubre 2003). En esta última se definió el turismo comunitario como una actividad socialmente solidaria, ambientalmente responsable, culturalmente enriquecedora y económicamente viable. Concluyó refiriéndose a los temas que se debatirán en el encuentro y a los resultados esperados, los mismos que servirán de insumos para elaborar un proyecto de cooperación técnica para los años a venir.

El Viceministro de Turismo de Bolivia, José Ricardo Cox, tras dar la bienvenida a los asistentes y agradecerles por su presencia, hizo alusión al proceso de transformación social que se está viviendo en Bolivia y en América Latina, proceso que tiene por objeto incorporar a las clases sociales más desfavorecidas a los beneficios del desarrollo económico, rescatando la diversidad cultural y natural. Puso énfasis en el turismo comunitario indígena como un nuevo modelo que surge del concepto territorial descentralizado y eficiente, y a su importancia en la mejora de las condiciones de vida de los pueblos concernidos. Un turismo representa un nuevo paradigma que coadyuvará al propósito de alcanzar una América Latina más soberana y digna, más democrática y productiva.

En ese sentido, señaló que el turismo debe convertirse en el canal por el cual se expresa lo más profundo de América, como una propuesta intercultural y alternativa. Ésta, además, ha de generar opciones de empleo e ingresos en el marco del paradigma mundial definido como el turismo sostenible y la erradicación de la pobreza.

## 2. Gobiernos locales y turismo comunitario

### 2.1. Proceso de descentralización turística en Bolivia

**Ricardo Cox, Viceministro de Turismo, Bolivia**

#### 2.1.1 *Protagonismo del Estado*

El Viceministro dio inicio a su intervención señalando los ámbitos en los que el Estado boliviano está asumiendo protagonismo, a saber:

- En el desarrollo nacional como política pública integral y cohesionadora.
- En el modelo de la economía mixta del Programa Nacional de Desarrollo: economía estatal, economía privada y economía social comunitaria.
- La importancia de la administración descentralizada en los procesos de gestión integral de la sostenibilidad turística.

El modelo económico que ha propuesto en marcha el actual gobierno es la economía mixta, basada en tres pilares fundamentales:

**Economía estatal:** con el proceso de nacionalización de los hidrocarburos, el fortalecimiento y la revitalización de las empresas públicas que manejan los recursos estratégicos, como los hidrocarburos, la minería y las telecomunicaciones, entre otros.

**Economía privada:** con la que se busca que la empresa privada asuma una responsabilidad social, sostenible y ambiental, que genere empleos dignos, cumpla responsablemente con sus impuestos y con todas sus obligaciones con el Estado.

**Economía social comunitaria:** estuvo presente en Bolivia desde la época precolombina, durante la colonia y hoy en la época republicana. Actualmente, Bolivia cuenta con una de las canastas familiares más baratas de la región, gracias al aporte y a la subvención que las comunidades campesinas e indígenas realizan a la economía del país, pero que no fueron reconocidas ni apoyadas por las políticas del Estado.

Las políticas liberales y el ajuste estructural provocaron un grave debilitamiento de la economía comunitaria. En cambio, la política de la revolución democrática y cultural en curso, identifica a la economía social comunitaria como uno de los pilares fundamentales del desarrollo económico. En este contexto, el turismo comunitario constituye uno de los pilares fundamentales del desarrollo de Bolivia. Un país multicultural, de 36 pueblos indígenas y dos grandes nacionalidades: Aymara y Quechua. El 70 por ciento del país es indígena originario, mestizo.

El protagonismo del Estado en el desarrollo turístico fue muy minimizado en el pasado; hoy, por el contrario, se busca que éste sea uno de sus protagonistas. El desarrollo turístico nacional es una política de Estado por su carácter multisectorial (económico, infraestructural, social, medioambiental, político-territorial); sistémico y multidisciplinario (múltiples interrelaciones y aportaciones); complejo y participativo (actores públicos, privados, comunitarios y sociales).

#### 2.1.2 *Rol del Estado central*

Al sector público le corresponde, por un lado, la elaboración consensuada – a partir de acuerdos con los actores que hacen el turismo – de una normativa reguladora del funcionamiento de empresas e instalaciones, de la prestación de los servicios, la promoción y la comercialización. Por otro lado, al Estado le incumbe la definición de las políticas y estrategias nacionales de desarrollo turístico sostenible, traducidas en un Plan Indicativo de

Desarrollo Turístico Nacional, que persiga el logro de un modelo turístico sostenible, equitativo y competitivo.

Además, le compete al poder público generar políticas y estrategias nacionales específicas favorables al desarrollo sostenible del turismo y del turismo indígena comunitario, a partir de una serie de consensos.

En Bolivia, ni la normativa turística ni las políticas turísticas anteriores habían focalizado de manera sustantiva el apoyo y la promoción en el turismo indígena comunitario. Por eso, una de las propuestas de cambio es el Plan Nacional de Turismo, en el que están explícitas las políticas para la construcción de un turismo sostenible de base comunitaria.

### 2.1.3 Políticas generales

#### **Política 1: Turismo indígena y comunitario**

- Turismo inclusivo con promoción de empresas comunitarias gestionadas por los pueblos indígenas, comunidades rurales y urbanas articuladas en asociaciones, redes y complejos productivos con el sector público y el sector privado.
- La democratización del ingreso y el empleo generados por la actividad turística para el beneficio de la base social comunitaria. Articulación intercultural e interterritorial nacional y continental.

#### **Política 2: Turismo sostenible y gestión pública articulada**

- Cualificación del desarrollo de los destinos turísticos existentes. La organización, el ordenamiento, la planificación y la gestión territorial turística son instrumentos que garantizan la competitividad, la sostenibilidad y la equidad, en un proceso participativo ascendente de gestión turística. Se impulsará un proceso, desde abajo hacia arriba, en los territorios municipales y mancomunados, las regiones y las jurisdicciones departamentales para conformar el sistema de gestión nacional del turismo sostenible comunitario.
- El Estado, en sus tres niveles, es protagonista y promotor del desarrollo del turismo sostenible de base comunitaria, gestionando los impactos territoriales del turismo en la sociedad, la economía, la cultura y el medio ambiente. Los instrumentos para ello son: normatividad, gestión ambiental con control de capacidades de carga, evaluación del impacto ambiental, etc.
- Análisis territorial y gestión de complejos productivos turísticos a partir de la articulación intersectorial en la acción e inversión productiva, social, económica, cultural y medio ambiente. Para la acción en los ámbitos territoriales comunitario, municipal, departamental y nacional se propiciará la concurrencia con los actores sociales, privados y públicos.

En Bolivia, el 70 por ciento de la inversión pública está descentralizada en los municipios y en las prefecturas. Los recursos de los hidrocarburos y los impuestos van justamente a fortalecer la inversión pública de los niveles descentralizados. Ésta integración y articulación intersectorial debe ser convertida en política nacional, departamental y municipal de desarrollo turístico. Una política que está relacionada con la satisfacción de las demandas nacionales e internacionales a través de estrategias de promoción que permitan generar facilidades para la llegada de turistas.

#### **Política 3: Mercado y promoción turística**

- La satisfacción de las demandas turísticas nacionales e internacionales, mediante el conocimiento dinámico del mercado, el diseño de una oferta adecuada al mismo, y la aplicación de estrategias de comunicación y de relación entre los pueblos, que

conecten la oferta nacional con los nichos y segmentos poblacionales de los países emisores, en la construcción intercultural nacional, continental y global con soberanía.

#### 2.1.4 *Programas y proyectos*

**Programa 1:** Turismo indígena y comunitario articulado con los destinos turísticos y en zonas de concentración de la pobreza. Se dispone de dos proyectos:

- Proyecto 1: Fortalecimiento, creación y articulación del turismo indígena y comunitario en los destinos turísticos consolidados o en proceso de consolidación.
- Proyecto 2: Creación de oferta turística en regiones con altos índices de pobreza a partir de la confluencia de inversiones sociales y productivas (programa de comunidades en acción y “PROPAIS” del Programa Nacional de Desarrollo (PND)).

**Programa 2:** Gestión territorial sostenible de destinos turísticos con base comunitaria.

- Proyecto 1: Gestión territorial del turismo en todos los niveles: comunidades, municipios, áreas protegidas, ciudades, regiones, departamentos y nación.
- Proyecto 2: Actualización y complementación de la normativa legal y reglamentaria del turismo en el marco de las políticas nacionales y la nueva Constitución Política del Estado, considerando la creación de una instancia descentralizada de aplicación y fiscalización normativa.

**Programa 3:** Promoción y mercadeo de la oferta turística nacional en el mercado interno, continental e internacional.

- Proyecto 1: Promoción y mercadeo del turismo intercultural e histórico interno, mediante actividades educativas, de comunicación, comerciales, culturales, deportivas y recreativas.
- Proyecto 2: Promoción y mercadeo de la oferta turística nacional en el mercado internacional.
- Proyecto 3: Articulación con la promoción del turismo sudamericano en el marco de la Comunidad Andina de Naciones del MERCOSUR y la diplomacia de los pueblos.

Constituyen proyectos transversales: capacitación y formación turística; comunicación y cultura turística; asistencia técnica interdisciplinaria; investigación, innovación y desarrollo de tecnología; gestión participativa con enfoque de género y generacional; sistema de inversión y financiamiento.

#### 2.1.5 *El municipio turístico*

Se entiende el municipio como una instancia de gobierno y de participación descentralizada, como unidad de planificación y de gestión pública, al que se le atribuyen determinados roles específicos:

- Espacio donde se organiza, maneja y percibe el producto turístico final.
- Afianzamiento de su liderazgo en la gestión sostenible del producto turístico en sus distintas fases y componentes.
- Agente de fomento de las inversiones públicas y privadas, en el marco de la negociación con el sector privado.
- No es considerado como un mero espacio contenedor de actividades turísticas.
- Es un espacio donde se formulan propuestas desde dentro y se negocian las propuestas externas.

- Es un productor y dinamizador que desarrolla y proyecta iniciativas de interrelación entre: las diferentes administraciones, los empresarios locales y los operadores externos, a la vez que fomenta y coordina las iniciativas con la comunidad.
- Debe atender especialmente a la coordinación territorial entre los diferentes actores públicos, privados, comunitarios y de la sociedad civil.
- Debe crear un marco de ordenamiento y planificación territorial que elimine la duplicidad de los esfuerzos, la actuación institucional aislada y, a veces, contrapuesta.
- Debe saber coordinar sus propias capacidades administrativas y canalizar el apoyo que recae en la responsabilidad de las administraciones públicas regionales y nacionales en materia de gestión turística.
- El verdadero producto turístico final es de escala local y de fuerte responsabilidad en la jurisdicción administrativa municipal y regional.

En resumen, el municipio es el encargado de asumir el papel de coordinador y fomentador de actividades turísticas. La administración pública es la que promueve, incentiva y crea las condiciones necesarias para la sostenibilidad y accesibilidad del recurso turístico. Es la encargada de garantizar la gestión ambiental y cultural de desarrollo turístico sostenible local.

Le competen también una serie de tareas, como la creación de “Comités Territoriales de Turismo” que planteen estrategias, planifiquen, organicen y ordenen la actividad turística a nivel local, promocionando a todos los departamentos relacionados con el ordenamiento territorial, áreas protegidas, administración de obras públicas, servicios básicos. Todas las reparticiones del municipio deben estar involucradas en una política turística, conjuntamente con todos los actores comunitarios y privados. Además de generar toda una cultura turística y la participación directa de la población a través del desarrollo turístico.

Las aceptaciones en cuanto a calidad y competitividad son acciones que deben ser llevadas desde el Estado mediante todos estos programas que se proyectan a nivel local.

Un reto en el ámbito local es el de consolidar el “marketing turístico institucional”, mediante estrategias de comunicación que promuevan el municipio turístico. Se tiene que traducir desde el Estado en una promoción territorial: definir la imagen de marca local en base a los productos turísticos emblemáticos de la localidad.

El municipio tiene la función de fomentar el turismo comunitario, dando impulso político al desarrollo turístico, reconociendo su importancia en el desarrollo socioeconómico de la comunidad, la creación de una conciencia social de los beneficios y riesgos potenciales del turismo, y la participación directa de la población local en todos los procesos de desarrollo turístico.

#### *2.1.6 Modelo de gestión territorial descentralizada*

En Bolivia, el proceso de descentralización se da a nivel de las comunidades, las organizaciones de base territorial y las juntas de vecinos; espacios que luego se consolidan en los gobiernos municipales, en sus distritos. Se busca impacto en las regiones y las mancomunidades, en las tierras comunitarias de origen que se están discutiendo en la Constitución.

El proceso de articulación de propuestas de concepción y consolidación estimula las propuestas departamentales y a los representantes que estén inmersos en un proceso de abajo hacia arriba. En dicho proceso se conjuga la planificación, la democracia directa, la planificación participativa y la democracia representativa en un modelo de gestión territorial.

### 2.1.7 *Productos turísticos integrales*

Se entiende a la comunidad como un producto turístico integral y se debe ofrecer a este conjunto: el modelo de vida de organización, de gestión territorial y ambiental, de la biodiversidad. La relación armónica con la naturaleza a nivel de los sistemas productivos comunitarios es considerada muy importante.

### 2.1.8 *El territorio comunitario turístico (ayllus, tentas, capitanías)*

- Organización social y gestión territorial
- Biodiversidad y gestión ambiental
- Sistemas productivos comunitarios
- Economía étnica y reciprocidad
- Arte, arquitectura y artesanía
- Historia, cosmovisión y arqueología
- Medicina tradicional, etc.

La vida comunitaria, entendida como expresión cultural integral, la presencia de vestigios arqueológicos y la belleza escénica natural han de ser promovidos en su conjunto para que se entienda la propuesta turística de los pueblos originarios. La interpretación y la comunicación turística deben cumplir su rol en el entendimiento de la propuesta y el mensaje comunitario.

Se entiende que la industria turística es una de las más accesibles y puede democratizarse, pues no se necesita de grandes inversiones. La riqueza está en los territorios de las comunidades, en su cotidianidad, en su forma de vida, en sus recursos naturales, en su historia. Por eso, el turismo y la creación de productos turísticos basados en la planificación con las comunidades son esenciales para la construcción plurinacional de un Estado promotor y protagonista del desarrollo productivo y turístico. Un Estado social y comunitario basado en una economía plural: estatal, privada y comunitaria. Se busca consolidar una Bolivia productiva, digna, democrática, soberana con relaciones internacionales basadas en políticas de estabilidad macro económica, teniendo como ejes transversales la innovación, la equidad y la preservación del medio ambiente.

## **2.2 Red de Turismo Comunitario Sostenible de América Latina (REDTURS)**

**Carlos Maldonado, OIT, Ginebra**

### 2.2.1 *Definiendo el turismo comunitario*

Se define el turismo comunitario como “Toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y autogestión sostenible de los recursos patrimoniales de la comunidad, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios que se generan para el bienestar de sus miembros”.

El turismo comunitario implica que: la iniciativa se origine en la comunidad; la propiedad de los activos pertenezca a la misma; la autogestión de la actividad económica; una apropiación social de los beneficios que son distribuidos entre sus miembros según las reglas de equidad establecidas de común acuerdo. No obstante, esta definición no excluye que las comunidades suscriban alianzas con el sector privado, las ONGs y otros agentes económicos según formas de participación libremente determinadas. El rasgo distintivo del producto turístico comunitario es la dimensión humana y cultural, orientada a fomentar encuentros interculturales de calidad y mutuo interés con los visitantes.



## 2.2.2 REDTURS

### ▪ **Identidad**

Es una red abierta de comunidades indígenas y campesinas, instituciones de apoyo y recursos humanos que comparten una visión sobre el desarrollo sostenible del turismo. Se busca compatibilizar los objetivos de eficiencia económica con los de equidad social, identidad cultural y preservación de los recursos naturales.

Hasta la fecha no se han exigido mecanismos de formalización para su membresía; para pertenecer a la red no hay que responder a exigencias de carácter legal o jurídico. No obstante, se tendrá que formalizar aspectos como: ¿Quiénes son miembros de REDTURS? ¿Cuáles son sus diferentes niveles operativos y organizacionales (comunidades, empresas, asociaciones o federaciones)? Esta es una tarea que se definirá este año, en el marco de una consulta con miras a la elaboración de un proyecto regional. En todo caso, en un futuro próximo se debe abordar mediante una reflexión conjunta: la definición de la personería jurídica de REDTURS, los requisitos que deben cumplir sus miembros, al igual que sus obligaciones y sus derechos.

### ▪ **Misión**

Apoyar los procesos de fortalecimiento y desarrollo de redes de turismo comunitario a nivel local, nacional y regional, con el fin de diversificar sus fuentes de empleos e ingresos, afirmar su identidad cultural y afianzar su cohesión social.

### ▪ **Objetivo y estrategias**

**Objetivo:** El fomento de oportunidades de negocios con comunidades para diversificar sus fuentes de ingreso y mejorar sus condiciones de vida y de trabajo.

**Estrategias:** Alentar el diálogo social y las alianzas mutuamente provechosas entre comunidades, instituciones públicas, ONGs, empresa privada y universidades, a fin de facilitar el acceso de los pequeños negocios a nuevos mercados y a servicios empresariales; brindar asistencia técnica y respaldo institucional a las organizaciones comunitarias.

La Declaración de San José contiene una plataforma de acción sucinta para el turismo comunitario en América Latina para el período 2003-2007. Desde 2003, la OIT ha venido apoyando sostenidamente la implementación de los siete ejes estratégicos que se describen a continuación.

### **Estrategia 1: Investigación**

- Metodología para evaluar experiencias de turismo comunitario (publicada).
- Estudios de casos (23): sobre grados de sostenibilidad de las experiencias de turismo comunitario. Se aplicó en Perú, Ecuador, Bolivia y Guatemala (disponibles).
- Estudio: perfil de la oferta de turismo comunitario en América Latina: 250 comunidades en 13 países. Se está organizando la base de datos y se publicará un estudio detallado.
- Estudios: perfil nacional de la oferta de turismo comunitario en Ecuador y en Guatemala (se publicarán próximamente).

Actualmente, se trabaja en procesos asociativos, los mismos que pueden perseguir diversos fines económicos (conglomerados, clusters o agrupamientos de comunidades), en función de desarrollar y comercializar su producto turístico. De este evento, la OIT escogerá cuatro casos de clusters comunitarios para una investigación detallada.

## **Estrategia 2: Intercambio de experiencias**

- Encuentros nacionales (5) para compartir resultados de los estudios de casos y experiencias en curso.
- Encuentro binacional: Ecuador – Guatemala.
- Encuentros regionales consultivos (5) para concertar la visión, la misión y un plan de acción:
  - \* *Declaración de Otavalo (Ecuador, 2001)*
  - \* *Declaración de San José (Costa Rica, 2003)*
  - \* *Códigos de Conducta: propuesta desde la visión comunitaria (Panamá, 2005).*

## **Estrategia 3: Marketing**

El problema de la comercialización es uno de los de mayor complejidad y urgencia para las comunidades y las federaciones nacionales. Se ha avanzado en los siguientes puntos; algunos están consolidados y otros están en vías:

- Sistema de información, promoción y mercadeo electrónico: oferta de 250 destinos de turismo comunitario en 13 países (Portal Culturas Vivas: [www.redturs.org](http://www.redturs.org)).
- Elaboración y difusión de la primera “Guía de Turismo Comunitario de América Latina” impresa (primero en español, luego en otras lenguas) para promover destinos.
- Inventario de pequeños tour operadores, asociaciones de consumidores y ONGs, capaces de alimentar flujos regulares de turistas hacia comunidades de América Latina (7 países de Europa).
- Fomentar encuentros entre comunidades y tour operadores (emisores y receptores), asociaciones de consumidores y ONGs, asesorar la suscripción de acuerdos comerciales justos.
- Crear una marca colectiva para identificar, posicionar y diferenciar dichos destinos en los mercados nacionales e internacionales (colaboración con la OMPI).
- Participación de las redes de en ferias y exhibiciones alternativas.
- Promoción de destinos comunitarios a través de CATA (Central American Tourism Agency), marca de Centroamérica.

## **Estrategia 4: Capacitación de recursos humanos**

- OIT: Manual de Negocios Turísticos con Comunidades (NETCOM): 6 módulos elaborados y validados con comunidades en Ecuador y Guatemala.
- OIT-OMT: capacitación de un primer grupo de formadores (Ecuador, noviembre 2006).
- Ministerio de Turismo Ecuador-OIT: Apoyo al “Plan 555, Turismo para todos” (julio 2007). Significa: 5 mil dólares de crédito a los emprendedores que califiquen; al 5 por ciento de interés; un período de pago de 5 años.
- Convenio con 4 gobiernos para aplicar NETCOM en Centro y Sudamérica (2007-2008). Se negocia un plan de capacitación con los gobiernos de Perú y Bolivia, al igual que con organizaciones de apoyo en Nicaragua, Honduras y Costa Rica.

### **Estrategia 5: Fortalecimiento de procesos asociativos**

- Apoyo y/o asesoramiento para la creación de cuatro federaciones nacionales de turismo comunitario: personería jurídica, diálogo institucional y plan estratégico.
- Encuentros entre federaciones nacionales y asociaciones locales para transferir enseñanzas y experiencias en el marco de un proceso de aprendizaje colectivo.

### **Estrategia 6: Códigos de conducta**

Elaboración de la primera versión con organizaciones comunitarias de 10 países: “Pautas para elaborar Códigos de Conducta en destinos comunitarios” (Panamá, 2005). Debate y aprobación de este instrumento de regulación, gestión y monitoreo con miras a lograr organizaciones y empresas auto sostenibles (Bolivia, 2007).

### **Estrategia 7: Incidencia en las políticas públicas**

- Primer encuentro sobre una Política Nacional para el desarrollo del turismo comunitario en Guatemala (2004), complementado con un detallado Plan de Acción Interinstitucional (2004-2005).
- V Encuentro Regional de REDTURS (Bolivia, 2007). Turismo comunitario y gobiernos locales: una agenda para el desarrollo local participativo del turismo.

Finalmente, en el 2010, aspiramos a ser la red con mayor arraigo y autonomía en América Latina: con presencia en 14 países, al menos 10 federaciones nacionales en funcionamiento, más de 400 comunidades de base afiliadas.

## **2.3 Los Comités de Autogestión Turística, Guatemala**

### **Jorge Mario Samayoa (INGUAT)**

El funcionario del Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) hizo énfasis en el modelo de los Comités de Autogestión Turística (CATs) que se viene desarrollando desde el año 2000 en Guatemala. Su exposición abordó aspectos relacionados con la delimitación geográfica, la estructura orgánica, las instituciones y organizaciones de apoyo con las que se trabaja.

#### *2.3.1 Aspectos generales del país*

**Ubicación geográfica:** Guatemala es un territorio pequeño con 108,889km<sup>2</sup>, la décima parte de lo que es el territorio de Bolivia. Con una población total de 12.5 millones, una población indígena de 43 por ciento del total nacional, y 61.4 por ciento que vive en el área rural. Guatemala comparte con otros países una posición estratégica en relación al mercado emisor más importante de turismo que es Norteamérica; posición que ubica al país con conexiones a los dos océanos: al Atlántico y al Pacífico, y que ha supuesto un puente de interconexión de mucha riqueza natural.

**Patrimonio natural y culturas vivas:** Existen especies naturales que se conjugan tanto del Norte de América como el Sur de América. Una biodiversidad de 14 zonas de vida, 9 biomas, una cadena montañosa de 33 volcanes, una gran diversidad de especies de fauna, 700 especies de aves que están facilitando y dinamizando el fomento de la actividad turística.

Guatemala es un país multiétnico, pluricultural y multilingüe, con ricas manifestaciones de culturas ancestrales de las diferentes etnias del país. Tiene 23 grupos etnolingüísticos, de los cuales 21 son de origen maya.

**Patrimonio cultural tangible, arqueología y arquitectura:** El sitio emblemático nacional es el Parque Nacional de Tikal, uno de los hitos de la arqueología monumental por los que se reconoce a Guatemala a nivel internacional. El país se está perfilando igualmente como un destino de cultura y naturaleza, con patrimonio colonial, como la ciudad y la arquitectura de la Antigua Guatemala.

**Turismo y economía nacional:** Las principales actividades económicas son el turismo, café, azúcar, banano, cardamomo. La mayor actividad económica que representa mayores ingresos al país es el turismo, pero también está las remesas familiares. El turismo ocupa el primer lugar produciendo más de mil millones de dólares al año. Del 2001 al 2006 el crecimiento de la actividad turística ha sido sostenido; el número de visitantes en el 2006 fue de 1,5 millones y el ingreso fue de más de mil millones de dólares.

### 2.3.2 Política Nacional de desarrollo turístico sostenible (2004-2014)

Se persigue consolidar el turismo como el eje articulador del desarrollo de la nación, en el marco de la sostenibilidad, de forma que contribuya a garantizar a los guatemaltecos el acceso a una vida digna, y a generar las condiciones necesarias para mejorar la competitividad del país en el ámbito internacional.

#### **Objetivos específicos:**

- Promover la participación responsable, la toma de decisiones compartidas y la asociación productiva entre los sectores público, privado y comunidades anfitrionas.
- Otorgar a los gobiernos locales y a las comunidades anfitrionas un rol protagónico en el desarrollo turístico del país.
- Hacer de la profesionalización del capital humano del sector turismo el principal valor agregado del destino.
- Desarrollar productos turísticos auténticos y competitivos en el marco de la sostenibilidad.

### 2.3.3 Comités de Autogestión Turística (CATs)

La Estrategia Nacional de Turismo (2000) y la Política Nacional de Turismo (2003), respaldados por acuerdos gubernamentales, instituyeron estos comités con el propósito de:

- favorecer la descentralización, coordinación y planificación de la actividad turística;
- mejorar las condiciones para el desarrollo competitivo del sector;
- fortalecer el poder local a través de instancias de gestión turística.

**Definición y funciones de los CATs:** Grupos civiles organizados legalmente y representativos, que coordinan la descentralización de la actividad turística en el ámbito local. Son instancias de participación, comunicación y plataformas de negociación de los actores claves del sector turístico nacional y se traducen en el canal oficial para propuestas de planificación, gestión y promoción turística, en el horizonte geográfico que representan. Las funciones principales de los CATs son:

- elaborar un diagnóstico turístico
- formular el plan de desarrollo turístico
- identificar, priorizar, formular y formar la cartera de proyectos turísticos
- gestionar cooperación técnica y financiera
- planificar y ejecutar acciones de promoción y mercadeo turístico
- supervisar la ejecución de los programas y proyectos
- informar y brindar asistencia al turista.

**Delimitación geográfica de los CATs y estructura orgánica:** Los comités podrán integrarse en municipios, departamentos y regiones a nivel nacional. La estructura

institucional contempla: una Asamblea General (poder principal); una Junta Directiva (ente Administrativo) y Comisiones Especiales. Conformados los CATs, sus presidentes formarán parte de la Coordinadora Nacional de Comités de Autogestión Turística (CONCATUR).

**Estructura nuclear de los CATs:** Están formados por: los empresarios directos (líneas aéreas, tour operadores, agencias de viajes, artesanos, restaurantes, guías de turismo, escuelas de español); los empresarios indirectos (transportistas, vendedores ambulantes, comerciantes, bancos, empresas de comunicación); CAMTUR (Cámara de Turismo); sectores civiles organizados: cofradías (organizaciones comunales, religiosas), hermandades, comités de feria, asociaciones culturales, etc.; sector comunitario (representantes comunitarios), Consejos Municipales de Desarrollo (COMUDES), Consejos Comunitarios de Desarrollo (COCODES)

**Apoyo a los CATs:** Alrededor del núcleo del comité existe una serie de organizaciones, instituciones de apoyo y asistencia técnica, como: el INGUAT, la CAMTUR, ONGs, agencias de desarrollo, ministerios ejecutores de proyectos. El Ministerio juega un papel muy importante en la seguridad y asistencia al turista y a la municipalidad. Por parte de INGUAT, el apoyo a las instancias de coordinación de los CATs se otorga a través de la División de Desarrollo del Producto. Actualmente se cuenta con 35 CATs registrados y avalados por el INGUAT, y reconocidos por todas las instancias del quehacer público.

**CATs y emprendimientos comunitarios:** Los CATs son el canal oficial a través del cual el INGUAT otorga financiamiento, cooperación y asistencia técnica. En el caso del turismo comunitario, no ha sido un condicionante, pues es parte de la agenda de trabajo de la institución. No obstante, muchos de los proyectos de turismo comunitario forman parte de los CATs.

#### *2.3.4 Sostenibilidad del turismo comunitario*

La OIT, a través del proyecto ETEDPI (Educación para el Trabajo, Empleo y Derechos de los Pueblos Indígenas), inició sus labores con la organización del Primer Seminario Nacional Consultivo de Turismo Comunitario Indígena en septiembre del 2004. Uno de los productos importantes fue contar con un Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo Comunitario, en el que se aglutinaron 28 emprendimientos de base. Algunos de estos emprendimientos ya venían trabajando, desde principios de los años 90, con apoyo de cooperación internacional o nacional del sector privado.

Al término del mencionado evento, y contando con una agenda de trabajo concertada con todos los actores, se firmó un convenio de cooperación entre la OIT y el INGUAT, en el que se priorizaron algunas acciones. En el tema de capacitación, se trabajaron aspectos de comunicación social, mercadeo, promoción y gestión empresarial con representantes de turismo comunitario en Guatemala. Un logro importante fue la inclusión en el nuevo Reglamento del registro de guías, el registro de acreditación a guías comunitarios con baja escolaridad o con el simple requisito que puedan leer y escribir. Otro aspecto que se trabajó fue el diseño y formato consensuado para la obtención de información estadística, que se ha tratado de incentivar y concienciar a los emprendimientos de turismo comunitario, con resultados cada vez mejores.

Otras acciones destacadas de este acuerdo fueron: la promoción de los destinos comunitarios a través del portal de REDTURS ([www.redturs.org](http://www.redturs.org)) y del INGUAT ([www.visitguatemala.com](http://www.visitguatemala.com)), este último apoyado por la cooperación canadiense (CECI); socialización a nivel comunitario de los instrumentos de gestión ecoturística en áreas protegidas, a través del Comité Técnico de Turismo en Áreas Protegidas (COTURAP).

### *2.3.5 Alianza estratégica intersectorial e interinstitucional*

INGUAT, AGEXPRONT (gremial de exportadores de productos no tradicionales de Guatemala), USAID, Gray Line Tours (tour operador de enlace con el mercado canadiense y los proyectos de turismo comunitario), OIT-ETEDPI, INTECAP (como capacitador), asociaciones y otras instituciones se sumaron a un esfuerzo común que desembocó en la creación de un encadenamiento empresarial que beneficio a 12 proyectos del turismo comunitario.

Sus objetivos fueron: el fortalecimiento de los productos turísticos comunitarios; la promoción y el enlace comercial entre proveedores y compradores de servicios en los mercados nacional e internacional. Como resultado, se facilitaron fondos de inversión a siete comunidades, por un monto total de 561.107 USD, que se ejecutó en nueve meses. Los rubros de inversión más importantes fueron infraestructura turística, mobiliario, capacitación técnica, promoción, estudios técnicos, elaboración y publicación de material interpretativo.

## **2.4 Programa Turismo Rural de base comunitaria, Jujuy, Argentina**

**Sandra Olmos, Secretaría de Turismo y Cultura, Provincia de Jujuy**

### *2.4.1 Ubicación y caracterización geográfica*

La provincia de Jujuy se ubica en el extremo noroeste del país. Limita con una sola provincia Argentina, tiene frontera con Bolivia y con Chile. Se extiende en una superficie de 53.219km<sup>2</sup> y cuenta con una población de 604.000 habitantes, según el censo nacional 2000.

La provincia posee cuatro zonas definidas: quebrada (2.000 y 3.500 metros s.n.m.), puna (3.400 y 4.000 metros), valles (900 y 2.000 metros) y yungas (350 y 2.500 metros), que corresponden a los corredores turísticos provinciales. Presenta contrastes en el relieve y los paisajes en sólo 70km de distancia; al igual que contrastes en sus manifestaciones culturales. Jujuy se caracteriza por su diversidad cultural, es un factor diferenciador muy fuerte y por lo que se distingue de otras provincias.

Los antecedentes del turismo rural comunitario en Jujuy son: la presencia y acción de ONGs locales con técnicos locales (antes del 2000); ONGs nacionales e internacionales; el gobierno provincial a través de distintos programas: Consejo de la Microempresa, Ministerio de la Producción, Secretaría de Turismo, área turismo rural de base comunitaria, etc.; el gobierno nacional a través de distintos ministerios, secretarías y programas: Ministerio de Desarrollo Social, Secretaría de Turismo; PSA; Instituto Nacional; Cooperación Francesa; y REDTURS-OIT.

El gobierno local tiene mucho potencial para trabajar con las comunidades. En corredores turísticos surge una oferta espontánea para cubrir necesidades de alimentación y/o alojamiento. Algunos emprendimientos han surgido de esta forma, dándose cuenta que hay demanda de servicios. Otros, con visión del potencial de este producto, han buscado asesoramiento y alianzas.

### *2.4.2 Talleres*

Se celebró el Primer Taller de Turismo Solidario-Simposio Internacional de la Asociación de Montañas Andinas (abril de 2005).

- Participantes: autoridades de los gobiernos municipales de la provincia, líderes comunitarios, miembros de comunidades aborígenes, ONGs, instituciones públicas, comunidad en general.
- Objetivo: Elaborar un relevo de los distintos actores que están involucrados en esta temática y elaborar un diagnóstico participativo de cada comunidad, para conocer más a fondo cuál era la realidad en la que cada una de éstas se encontraba.

Segundo Taller de Turismo Solidario (julio de 2005), en el que se debate el concepto de turismo solidario, y se define este tipo de actividad como turismo rural de base comunitaria. Se formulan los principios que regularán la actividad y surge la idea de formar la Red de Turismo Rural de base comunitaria de la Provincia de Jujuy. Ésta busca funcionar a través de un Comité de Apoyo interinstitucional.

El turismo rural de base comunitaria fue definido como: toda actividad turística solidaria que relaciona a la comunidad rural con los visitantes desde una perspectiva intercultural, proponiendo el manejo adecuado de los recursos naturales y la valoración del patrimonio cultural, basado en principios de equidad y justicia en la distribución de los beneficios generados. Sus principios son: ser responsable, respetuoso, honesto, educativo, interactivo, democrático y equitativo.

Tercer Taller de Turismo Rural de base comunitaria (mayo de 2006). En julio de 2006, se crea el Área Turismo Rural Comunitario en la Secretaría de Turismo Provincial de Jujuy. En el año 2006, se realizaron las siguientes acciones: identificación y relevo de los actuales y potenciales emprendimientos; elaboración de un mapeo provincial; armado de la Red de Turismo Rural de base comunitaria; co-organización del I Encuentro de Turismo Comunitario de la Región Norte, junto a la Secretaría de Turismo de la Nación; capacitación en Ecuador con el programa NETCOM-OIT; presencia de la Red en la Fiera Internacional de turismo (FIT) 2006 en Buenos Aires.

En octubre de 2006, se organizó del I Encuentro de Turismo Comunitario de la Región Norte conjuntamente con la Secretaría de Turismo de la Nación. En el año 2007, se realizaron las siguientes acciones: en planificación (formación del equipo interdisciplinario y fortalecimiento de la red a través de intercambios mensuales entre los miembros, visitas de técnicos, etc.); en gestión (generación de alianzas con COPROTUR, Secretaría de Turismo, Ministerio de Desarrollo Social, Cooperación Francesa, REDTURS-OIT).

La Secretaría de Turismo será la que elaborará los folletos y brindará un espacio en la página Web, facilitará la participación en ferias de turismo, promoverá este producto en municipios turísticos ante operadores locales, articulará y conectará a los emprendedores con agencias locales para la comercialización.

El objetivo general que se persigue es que el turismo rural comunitario genere nuevos ingresos en la economía de las comunidades participantes de una forma genuina y sustentable.

Los objetivos específicos son: estructurar la oferta turística rural de base comunitaria y crear una red de turismo rural comunitario autónoma y sostenible.

### *2.4.3 Funcionamiento de la red*

La que sustenta la red es la Secretaría de Turismo del gobierno provincial; la idea es que logre organizarse de manera autónoma. La red está compuesta por:

- La Secretaría de Turismo que tiene el rol de orientar, promocionar, controlar y regular la actividad.

- El Comité Asesor con las ONGs que vienen facilitando asistencia técnica.
- Las agencias locales.

Forman parte de la red los siguientes emprendimientos comunitarios: Finca Barro Blanco, Eco Tours Jujuy, Posada Maria Marcela, Finca el Quirusillal, Hostal Ocloyas, Cañada San Basilio, Comunidad Aborigen Kolla de finca Tumbaya Grande (Quebrada de Humahuaca), Jujuy, Hornaditas, Camino de la Sal, Comunidad Aborigen de San Francisco de Altarcito.

## **2.5 Procesos participativos en desarrollo turístico, Chiquitanía, Bolivia**

**Angel Sumami, Alcalde de San Antonio de Lomerío, Provincia de Chiquitos**

### *2.5.1 Características generales*

- Situado en la provincia Ñuflo de Chávez, a 100km de Concepción.
- Población aproximada: 6.300 habitantes; con 28 comunidades indígenas.
- Pueblo Monkox Chiquitano.
- Lengua el besiro.
- Es declarado patrimonio tangible e intangible, natural y cultural de Bolivia, por la ley 2911. Además se la conoce como capital folklórica autóctona Monkox de la Provincia Ñuflo de Chávez.

Su situación actual:

- Infraestructura: no cuenta con agua potable; la energía eléctrica es racionada a tres horas por día, mediante un generador de luz. El camino es de tierra desde Concepción, Cañada y San Ramón. Se cuenta con dos medios de comunicación mediante cabinas públicas (Entel y Cotas).
- Socialmente: se quiere frenar la fuerte migración campo-ciudad.

### *2.5.2 Misión y visión*

Misión: Ofrecer un turismo de carácter cultural, étnico y comunitario en el que el turista se integre a la comunidad Monkox Chiquitana y conozca sus actividades artesanales, tradiciones culturales y las actividades agrícolas.

Visión: Convertirse en el corto plazo en un producto único y preferido por los turistas que buscan el contacto y la convivencia con la cultura viva Monkox Chiquitana, en un marco de seguridad, con un nivel de calidad en los servicios y excelente trato al visitante.

¿Qué se está haciendo para alcanzar esa misión y visión? Se enfrenta el desarrollo con decisión; una tarea crucial consiste en valorizar la cultura autóctona por medio del turismo comunitario con identidad propia. El gobierno municipal viene fomentando el desarrollo turístico comunitario como generador de recursos económicos, mejora de la calidad de vida y promoción del desarrollo económico local. El Municipio, desde enero del 2005, es el gestor del “Plan 5 Turístico”; su agenda consiste en implementarlo durante 5 años de gestión, para luego evaluar el impacto de los resultados de dicha gestión.

### *2.5.3 Apuesta por el desarrollo de su potencial natural*

Lugares atractivos como las lagunas las Garzas y las Conchas; las montañas de rocas gigante; el Tumbé; caída de aguas del río Zapocó; mirador turístico; comunidades vecinas como Puquio, Palmira, San Lorenzo que tienen un potencial natural importante para el visitante.



#### 2.5.4 Apuesta por el desarrollo de su potencial cultural

Se ha diseñado un proyecto para un centro de interpretación turística y cultural Monkox Chiquitano; se está buscando financiamiento para su ejecución. Se promueve la participación en ferias, eventos (festivales, exposiciones) y otros de naturaleza cultural, productiva y turística. Se promueve la preservación del patrimonio tangible e intangible, sensibilizando a la gente para que le otorguen una buena recepción al visitante.

#### 2.5.5 Colaboración de la AECI a través del Viceministerio de Turismo

##### **Ricardo Ortiz Gutiérrez, representante de la AECI**

Comenzó explicando que la Cooperación Española (AECI-BOLHISPANIA) permitirá impulsar a las PyMES artesanales mediante capacitación, comercialización y promoción; mejoras en la infraestructura y el equipamientos de los eco albergues comunitarios: construcciones de baños, cocinas, dotación de utensilios, pintado de fachadas y filigranas, promoción del producto turístico.

La Cooperación Española, a través del Viceministerio de Turismo, viene apoyando al Municipio de San Antonio de Lomerio una experiencia piloto con actividades artesanales y la organización turística. El Alcalde señaló que se realizará el Primer Lanzamiento Nacional del Turismo Indígena Comunitario en octubre 2007.

El turista, el turismo y la artesanía van juntos, no se les puede separar. Por eso, existe la Organización de Pequeños Industriales Artesanales y Servicios Turísticos. También cuentan con los albergues comunitarios, los restaurantes, los guías de turismo, la música autóctona, el comercio, los tejidos, los collares, los trabajos en cuero y otros.

Se ha propuesto que la alcaldía sea el gestor, el canalizador de las cooperaciones de los proyectos. Se tiene el proyecto de electrificación (ya encaminado y aprobado), los estudios de construcción de dos represas grandes para abastecer el sistema de agua a toda la población. Se está mejorando las condiciones de los caminos, construyendo diversas escuelas y complejos educativos. El gobierno municipal ha creado la unidad de turismo, cultura y comunicación.

## **2.6 Trabajo en grupos: Gobiernos locales y turismo comunitario**

Luego de las precedentes exposiciones introductorias sobre políticas y programas de gobiernos nacionales y locales en favor del turismo comunitario, se procedió con la siguiente actividad de la agenda: al trabajo en grupos. El mismo comportó la deliberación de los siguientes temas:

- *Grupo 1: Planificación.* ¿Qué principios deben aplicar los gobiernos locales para garantizar un proceso de planificación participativo del turismo y un papel más decisivo de las comunidades rurales en el mismo?
- *Grupo 2: Gestión.* ¿Qué orientaciones proponen las comunidades a la autoridad municipal para que la gestión del turismo preserve y valore su patrimonio cultural, natural y social?
- *Grupo 3: Políticas.* ¿Qué medidas ha de aplicar un gobierno local para facilitar el ejercicio del turismo comunitario y qué incentivos ha de ofrecer para un mayor acceso a los beneficios económicos?

- *Grupo 4: Infraestructura y servicios.* ¿Qué servicios debería brindar un municipio para que los destinos turísticos gestionados por comunidades mejoren su calidad y su competitividad?
- *Grupo 5: Alianzas.* ¿Qué formas de cooperación y qué acuerdos institucionales deberían alentar las redes locales de turismo comunitario con los gobiernos municipales (y otros actores, como la empresa privada y las ONGs), para que sus proyectos alcancen el éxito deseado?

## **Grupo 1: Planificación**

Los participantes de este grupo señalaron como principios rectores de la planificación: la descentralización, la democratización y la participación activa, paritaria, solidaria y equitativa de las comunidades indígenas. Adicionalmente, se desarrollaron los siguientes principios:

**Principio 1:** Planificación territorial en base al Convenio núm. 169 de la OIT, relativo a los derechos y libertades fundamentales de los Pueblos Indígenas; respetando el consentimiento libre, previo, bien informado y de buena fe de los pueblos indígenas, a través de los canales y las instancias comunitarias establecidas.

¿Quiénes participan? Estado, gobiernos locales, comunidades, organizaciones sociales representativas y cámaras de turismo locales.

**Principio 2:** Participación activa, paritaria y equitativa de las organizaciones comunitarias en la planificación y gestión de turismo (planificación desde la base). Se debe definir con claridad los roles de los gobiernos locales, incluyendo la entidad rectora a nivel nacional en materia de turismo, con la participación activa, paritaria y equitativa y respetando la identidad cultural de las comunidades rurales. Lamentablemente, en varios países y en Bolivia en particular, no hay una ley que no reconozca en su totalidad a los verdaderos actores. La actividad turística tiene que ser vista desde la perspectiva, los intereses y las aspiraciones de todos los actores.

¿Quiénes participan? Estado, gobiernos locales, comunidades, organizaciones sociales representativas y cámaras de turismo locales.

**Principio 3:** Planificación a corto, medio y largo plazo de la actividad turística con la participación activa, paritaria y equitativa de las entidades estatales, gobiernos locales y las comunidades, en base a cuatro ejes estratégicos:

- Sociocultural: se conserva un 80 por ciento la identidad cultural; esto supone una motivación para los turistas.
- Ambiental: los recursos naturales se encuentran en los pueblos indígenas originarios.
- Económico: debe ser delimitado y distribuido de manera equitativa.
- Político e institucional: las instancias públicas deben disponer de una coordinación efectiva y eficaz de su trabajo y con las comunidades.

¿Quiénes participan? Estado, gobiernos locales, comunidades, organizaciones sociales representativas y cámaras de turismo locales.

**Principio 4:** Asignación de recursos y presupuestos por parte de gobiernos locales y nacionales para la promoción y desarrollo del turismo comunitario. No hay roles claros en cuanto a quiénes deberían llevar adelante una política activa y una planificación participativa.

¿Quiénes participan? Estado, gobiernos locales, comunidades y organizaciones comunitarias.

**Principio 5:** Los gobiernos locales deben apoyar la realización de ferias turísticas con la participación activa de las comunidades, incluyendo el rescate de los valores culturales.

¿Quiénes participan? Estado, gobiernos locales, comunidades, organizaciones sociales representativas y cámaras de turismo locales.

**Principio 6:** Evaluación de los resultados y los impactos de los programas de turismo entre los gobiernos locales y organizaciones turísticas comunitarias representativas.

¿Quiénes participan? Estado, gobiernos locales, comunidades, organizaciones sociales representativas y cámaras de turismo locales.

## **Grupo 2: Gestión**

Los miembros de este grupo señalaron que en Bolivia se dispone de una Ley de Participación Popular que habilita a los gobiernos municipales a manejar de manera autónoma con las comunidades las decisiones de los Planes Operativos Anuales (POAs), Plan de Desarrollo Municipal (PDM), etc. En este sentido, se ha socializado con los representantes gubernamentales a nivel nacional, los cuales tienen que asistir, alentar y apoyar a los gobiernos locales para que cumplan a cabalidad su mandato.

Este grupo abordó las peticiones de las comunidades a las autoridades en el ámbito municipal – poniendo de relieve sus culturas, valores y tradiciones – a fin de que se otorgue prioridad a dichas peticiones y a los objetivos que éstas persiguen. La comunidad es la célula básica de los procesos y las organizaciones locales para rescatar y valorar sus tradiciones, preservando y protegiendo el entorno natural, a través de un reconocimiento legal expreso. Un gobierno municipal no existe sin las comunidades

En Bolivia se cuenta con autoridades representantes de las comunidades: el Secretario General y el Jilakata que debe coordinar directamente con los gobiernos municipales. Con ello se persigue que las autoridades promuevan el desarrollo social, humano y territorial de las comunidades. Estas peticiones se deben expresar en gestiones concretas por parte de las autoridades locales, como las que se desarrollan a continuación.

### ***Propuestas:***

- 1.1.1 Se debe respetar la tierra y el territorio. Cada familia de la comunidad tiene su tierra y la comunidad su territorio, dentro del cual existen sus recursos naturales y sus potenciales atractivos turísticos. Por eso, las comunidades exigen administrar lo que les pertenece dentro de sus territorios: el suelo, el subsuelo y el espacio aéreo. Las comunidades exigen tener participación sobre los recursos que encierran sus territorios, conforme estipula el Convenio núm. 169 de la OIT.
- 1.1.2 Se debe respetar la identidad cultural.
- 1.1.3 No debe haber avasallamiento ni imposiciones. En el modelo neoliberal, el Estado gobierna e influye en la compra de o la expropiación de los terrenos comunitarios, en la instalación de empresas privadas y la explotación de sus recursos.
- 1.1.4 Debe haber participación efectiva de las comunidades (a través de sus autoridades) en la planificación y gestión turística local.
- 1.1.5 Se debe perseguir la mejora del nivel de vida de las comunidades, pero sin vulnerar sus usos y costumbres, propiciando un reparto equitativo de los beneficios para las mismas.
- 1.1.6 Los municipios deben trabajar el ordenamiento territorial y su gestión con participación comunitaria.

El grupo complementó sus reflexiones sobre tierras y territorios con las siguientes propuestas. Se recalcó que se da por excluido que intereses foráneos entren a las comunidades y construyan grandes hoteles; este tipo de edificaciones debe ubicarse en áreas urbanas o, en todo caso, fuera del hábitat determinado por una comunidad.

- 1.2 Se debe zonificar el territorio, temáticamente. Declarar como zona de reserva turística.
- 1.3 Dentro del presupuesto anual del municipio debe existir un porcentaje destinado a fomentar acciones de protección, desarrollo y promoción cultural, natural y social.
- 1.4 Debe procurará impartir capacitación técnica, sensibilizar a la población y valorizarse mediante el turismo y otras actividades el patrimonio cultural y natural.
- 1.5 Se ha de inventariar los recursos que detentan las comunidades para regular y normar la preservación del patrimonio.
- 1.6 Se alentará la realización de estudios conjuntos entre gobiernos locales y comunidades sobre los impactos del turismo en el ámbito cultural, ambiental y social, a fin de minimizar y corregir los impactos negativos en el patrimonio de la comunidad.
- 1.7 Reconocer, divulgar y hacer respetar los códigos de conductas creados por las comunidades. Todo visitante debe respetar las costumbres que existen en cada comunidad.
- 1.8 Promover el rol y el trabajo del guía local como actor y protector del recurso y el patrimonio. Es obligación de cada comunidad promover a los jóvenes para que ello sean los guías de turismo.
- 1.9 La autoridad municipal, además, ha de asumir un rol de articulador y trabajará con las comunidades para que éstas hagan llegar sus propuestas alternativas en materia de turismo a los organismos competentes del Estado.
- 1.10 Gestionar recursos económicos, humanos, asistencias técnicas entre otros, ante el Estado y/o ONGs para las comunidades, y gestionar alianzas estratégicas entre otros municipios.
- 1.11 El municipio debe ser el principal promotor del desarrollo sostenible local a través del turismo comunitario.
- 1.12 Garantizar la participación comunitaria en la administración del patrimonio natural y cultural.

Tanto en Bolivia como en Perú hay muchísimos sitios arqueológicos de los pueblos originarios, pero quien cobra los ingresos es el Estado central; las comunidades siguen siendo pobres y marginadas. Se propone que el 50 por ciento de las recaudaciones turísticas en dichos sitios históricos pasen a manos de la comunidad para su administración según las prioridades decididas por las mismas.

### **Grupo 3: Políticas**

El grupo sobre políticas señaló que el tema de la implementación de proyectos de turismo comunitario o indígena es reciente, por tanto, los estados latinoamericanos no disponen de una propuesta coherente y detallada para su operación y fomento. La iniciativa privada empieza a percibir al turismo comunitario como un competidor, mientras que las normas y reglas de operación no están definidas para las iniciativas de turismo comunitario.

Los gobiernos no se han abocado a la tarea de concertación social encaminada a concebir leyes, reglamentos y normas que rijan las operaciones de turismo al interior de los territorios indígenas. Lógicamente, en primera instancia, se han dedicado a dictar leyes para regular e incentivar la iniciativa privada, a la que generalmente le otorgan múltiples ventajas, en detrimento del desarrollo de las mismas actividades por las comunidades.

Las ONGs forman un caso particular, pues habitualmente intentan posicionarse y posesionarse en los procesos locales, desplazando a los actores originarios de las iniciativas de gestión turística, acceso a mercados y canalización de recursos de la cooperación internacional.

Ante esta realidad, las comunidades y sus emprendimientos turísticos han iniciado acciones organizadas para lograr una mayor incidencia en las políticas públicas y los instrumentos legales que las afectan. Tal es el caso de la Ley 2074 de Bolivia, que beneficia claramente a la iniciativa privada.

Las fuentes de financiación a nivel nacional e internacional prefieren apoyar a las ONGs, que actúan como agentes intermediarios, en vez de canalizar recursos directamente a los grupos y comunidades de base. Además del apoyo económico desigual y la distracción de fondos, se desconoce la competencia y la capacidad del recurso humano comunitario – que existe en muchos casos- para autogestionar proyectos con fondos de cooperación.

El grupo explicó que la reflexión se formula a la intención de aquellas ONGs que conciben lo indígena y lo comunitario como un tema de moda, y representa un medio para captar fondos para financiar proyectos. Estas iniciativas no reconocen la capacidad de las comunidades y terminan marginando a quienes se les considera como beneficiarios finales de estas intervenciones.

Para que la implementación y ejecución de las iniciativas de turismo comunitario/indígena sean coherentes y en línea con las necesidades reales, debe exigirse el reconocimiento de los derechos específicos y universales de los pueblos indígenas, reconocidos y signados en los diferentes instrumentos internacionales, entre otros, el Convenio núm. 169 de la OIT y la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

Se complementó la presentación del grupo recalcando que las políticas y medidas del gobierno nacional son indisociables de las medidas e incentivos que puedan acordar los gobiernos locales a las comunidades para impulsar iniciativas en el sector turístico. Las más destacadas se enuncian en los cuadros adjuntos.

Medidas de política gubernamentales	
Nacional	Local
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adopción concertada de leyes, normas y reglamentos sobre turismo comunitario.</li> <li>2. Proceso participativo en la planeación y gestión del ejercicio económico con el objetivo final de una vida mejor para la población.</li> <li>3. Propiciar la conservación de la biodiversidad y la revalorización de la cultura autóctona.</li> <li>4. Acción transversal de las distintas instancias gubernamentales en la aplicación de leyes, normas y reglamentos de turismo comunitario.</li> <li>5. Fortalecimiento de recursos humanos para la gestión y operación del turismo comunitario.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Implementación conjunta de la legislación en colaboración: municipio-comunidad.</li> <li>2. Dotación de infraestructura y servicios para la población y para la prestación de servicios turísticos comunitarios.</li> <li>3. Proceso de cogestión en la elaboración e implementación de políticas públicas de turismo que afecten a las comunidades.</li> <li>4. Revalorización cultural y acciones de apoyo de todas las instancias del gobierno local.</li> <li>5. Integrar los objetivos de las comunidades en el plan estratégico de los municipios.</li> </ol>

Incentivos gubernamentales	
Nacional	Local
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Otorgar incentivos fiscales adecuados a los destinos y emprendimientos comunitarios en reconocimiento a su aporte específico.</li> <li>2. Proveer fondos, en condiciones adaptadas, para las inversiones en turismo comunitario.</li> <li>3. Fortalecer las asociaciones y federaciones, de turismo comunitario a nivel local y nacional.</li> <li>4. Apoyar la promoción y difusión de las iniciativas comunitarias en turismo en los mercados nacional e internacional.</li> <li>5. Fomentar la transferencia de tecnologías apropiadas al desarrollo de las pequeñas empresas de turismo rural.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Facilitar el despegue y la expansión de las iniciativas de turismo rural gracia a incentivos económicos y tributarios.</li> <li>2. Crear una unidad técnica que atienda a las demandas del turismo comunitario.</li> <li>3. Asignar recursos y destinar un presupuesto anual para su promoción y desarrollo.</li> <li>4. Asegurar la salubridad pública mediante la dotación de infraestructura y la prestación de servicios públicos adecuados.</li> <li>5. Garantizar la seguridad ciudadana y de los visitantes.</li> </ol>

#### **Grupo 4: Infraestructura y servicios**

Este grupo de trabajo abordó la temática de la infraestructura y los servicios públicos locales a través de los siguientes interrogantes: ¿Qué se debe hacer? ¿Quién lo debe hacer? y ¿Cómo hacerlo?

##### **¿Qué se debe hacer?**

- Aplicar regulaciones en los ámbitos de su competencia (construcción, regulación ambiental y planificación del territorio). Cuando se refiere al turismo cultural o al ecoturismo, es crucial la preservación del recurso natural, del legado cultural y los territorios comunitarios.
- Proveer y gestionar servicios básicos para el bienestar de la población y para el desarrollo de la actividad económica (agua potable, salud, electricidad, telecomunicaciones, infraestructura vial, alcantarillado, tratamiento de residuos sólidos y reciclaje).
- Ejercer control de la calidad de los servicios brindados al turista (guías, restaurantes, alojamiento, agencias de viaje, alquiler de equipos, porteadores) y promover la calificación de personal para ofrecer servicios de calidad.
- Facilitar el acceso a financiamiento para iniciar nuevos negocios y ampliar los existentes.
- Propiciar asistencia técnica, incluyendo capacitación, para consolidar los pequeños negocios turísticos.
- Información y promoción de los atractivos turísticos y emprendimientos de la comunidad.
- Garantizar una adecuada seguridad ciudadana. Los visitantes deben estar seguros al visitar un lugar.
- Velar por una señalización vial apropiada.

##### **¿Quién debe hacerlo?**

La comunidad debe participar e interactuar de manera activa con los servicios y técnicos de los gobiernos locales y las instituciones públicas.

##### **¿Cómo hacerlo?**

- Aplicando el principio de subsidiaridad en la dotación de infraestructura y la prestación de servicios públicos.

- Estableciendo un diálogo franco y frecuente con la comunidad para identificar ventajas comparativas y desarrollar ventajas competitivas locales.
- Asegurando que el municipio otorgue prioridad al tema comunitario y adopte políticas de fomento turístico.
- Colaborando para obtener la seguridad ciudadana, vía comunidad, municipio o en forma conjunta.
- Estableciendo alianzas con actores públicos y privados.
- Apoyando la creación de una unidad de promoción turismo en el municipio.
- Fortaleciendo las competencias del municipio en diseño, ejecución y evaluación de proyectos productivos y de turismo en particular.
- Estimulando el intercambio de experiencias.
- Fortaleciendo los vínculos con otros niveles de gobierno (Secretaría de Turismo y otros).

### **Grupo 5: Alianzas estratégicas**

La mayoría de miembros de este grupo compartió la idea que se debería buscar una alianza con el sector privado. Éste se ha presentado más con la imagen del patrón en muchas comunidades, pero la relación ha de cambiar en el sentido de un trato entre socios. La problemática general se la definió en los términos que se enuncian a continuación:

- Se destacó la importancia del marco legal para el desarrollo del turismo comunitario.
- Debe haber una mayor responsabilidad de los gobiernos municipales en la preservación y el aprovechamiento sostenible de sus riquezas, así como en la visibilidad de la imagen para darse a conocer como destino turístico.
- A la empresa turística se la percibe como una amenaza, pues manipula la situación local para su propio beneficio económico (compra de tierras, acaparamiento de ventajas especiales, perjuicios para los comuneros, etc.), sin miramientos por el beneficio local. En Bolivia, por ejemplo, una ONG ha comprado la isla de Sol del Lago Titicaca a nombre del turismo comunitario; por esta razón está captando recursos. Estos hechos plantean una limitación dentro de lo que podría ser una alianza futura.

### **¿Qué se debe hacer?**

A manera de ejemplo, se ilustraron algunos arreglos interinstitucionales existentes en los países participantes:

- Empresa comunitaria, agencias de viajes e instituciones del Estado (Guatemala).
- Redes comunitarias aliadas con instituciones públicas y con el apoyo de la cooperación internacional (Costa Rica).
- Gobiernos locales impulsando la pequeña empresa turística en su territorio con apoyo de la cooperación bilateral (Argentina).
- Redes comunitarias en alianzas con ONGs internacionales (Nicaragua).
- Comités impulsores del turismo comunitario definen su estructura para propiciar una ley marco para fomentar el turismo comunitario (Bolivia).
- Empresas comunitarias han registrado importantes avances en varios eslabones de la cadena de comercialización; no obstante sigue siendo necesario contar con un apoyo de las instituciones de turismo, quienes juegan un papel fundamental.

### **¿Quién debe hacerlo?**

- Instituciones estatales y públicas en consenso con las organizaciones comunitarias.
- Las redes locales y nacionales deben ser las gestoras de las alianzas y los cambios.
- Las redes organizadas deben legalizar su estatus de interlocutor nacional de turismo comunitario en cada país (como red, cámara, federación, etc.) buscando las alianzas más pertinentes y provechosas.
- Los municipios deben apoyar al turismo comunitario con infraestructura adecuada.

### ¿Cómo y para qué?

- Las redes locales deben planificar y plantear una estrategia de acercamiento e incidencia conforme a sus intereses.
- Los gobiernos pueden (o deben) definir sus políticas de desarrollo del turismo comunitario, adoptando al mismo tiempo las normas jurídicas para su correcto accionar.
- Se debe buscar un equilibrio con la empresa privada mediante alianzas para beneficio del territorio y su población, según el principio de equidad.
- Lograr la incidencia necesaria con las organizaciones del Estado en las áreas de mayor interés geográfico.
- Sector privado, sector comunitario y Estado deben conjugar estas alianzas, desde una base comunitaria.
- OMT-OIT-PNUD son entes de apoyo, es necesario aliarse con éstas y otras agencias pero no crear dependencia por parte de la redes.
- Las instituciones de turismo deben promover el turismo comunitario, investigar y atraer clientes, así como dar a conocer sus resultados.
- Se debe fortalecer la conciencia de la responsabilidad de las comunidades como actores en el territorio a fin de articular acciones con gobiernos locales.

Al término de las presentaciones de los grupos, el representante de la OIT señaló que se están desvirtuando algunos mitos, pues la planificación no incumbe únicamente a técnicos y a políticos; tampoco tiene que efectuarse desde arriba hacia abajo y ser circunstancial. La planificación ascendente y la co-gestión de los procesos de gestión y evaluación aparecen como elementos constantes en la reflexión de los grupos de trabajo. Además, se ha avanzado en la propuesta de una serie de pistas de cómo las comunidades deben participar y cómo pueden incidir de una manera más decidida en las políticas que les conciernen y les afectan.

Resaltó la distinción entre los procesos de participación y toma de decisiones, precisando que, en muchos casos, a las comunidades se les invita a participar en decisiones previamente tomadas, es decir, se les solicita su aval o su adhesión a políticas y proyectos en cuyas orientaciones y resultados no han tomado parte activa.

Recalcó que si se desea incidir en las políticas habrá que participar activamente en las instituciones donde se toman las decisiones. Concretamente, se deben buscar espacios para la participación comunitaria con el Ministerio de Turismo, ya sea a través del Consejo Nacional de Turismo o en la gestión del Fondo Nacional de Turismo, instancias en donde se deciden las orientaciones, los programas y la asignación de recursos: presupuesto y gasto público. Favorecer la participación de las comunidades en la toma de decisiones, en la atribución de recursos, en la rendición de cuentas y en la evaluación de los impactos reales del turismo, tal debe ser la meta de la acción comunitaria y de un gobierno que se precia de ser democrático.

## **3. Código de conducta para el turismo comunitario de América Latina**

### **3.1 Directrices para códigos de conducta**

Aresio Valiente se refirió a las partes relevantes del documento “Directrices para Códigos de Conducta del Turismo Comunitario” que recoge y difunde una síntesis de los lineamientos propuestos por las organizaciones de turismo rural comunitario de América Latina para elaborar códigos de conducta en turismo. Los mismos fueron deliberados y



aprobados en el marco del IV y el V Encuentro Consultivo Regional de REDTURS, celebrados en Panamá (noviembre 2005) y en Bolivia (mayo 2007), con el apoyo de la OIT y los gobiernos de los países mencionados al principio del documento.

El “Código de Conducta”<sup>11</sup> se inspira en las vivencias de las comunidades y sus organizaciones, y enriquece los principios y orientaciones contenidos en las Declaraciones de Otavalo (2001) y de San José (2003), sobre turismo rural comunitario, así como en el Convenio núm. 169 de la OIT sobre pueblos indígenas y tribales (1989). El proceso social de construcción de este instrumento desborda el ámbito del turismo y trasciende las fronteras nacionales. El mismo, evidencia no sólo la problemática de las comunidades con mayores niveles de exclusión social y política del continente, sino que define un conjunto de prioridades que se proyectan a las esferas de las políticas de Estado y la cooperación internacional. Las directrices se articulan en cinco grandes categorías en función del objetivo perseguido.<sup>12</sup>

### **1) Directrices para garantizar el reconocimiento de los derechos de las comunidades indígenas y rurales en las políticas y programas de turismo**

Se postula una serie de medidas derivadas del derecho de las comunidades a decidir de sus prioridades de desarrollo, enfatizando que ellas deben ser las principales beneficiarias de la actividad turística – si deciden optar por ésta – a fin de gozar de una vida digna. Los gobiernos deben reconocer y fortalecer los derechos económicos, laborales y culturales de las comunidades, particularmente aquéllos sobre sus tierras y territorios, para que puedan ejercerlos plenamente ante todos los actores de la cadena turística y garantizar sus inversiones.

El principio de solidaridad y respeto mutuo entre turistas y comunidades anfitrionas abarca todos los ámbitos de la vida de estas últimas: valores, instituciones, usos y costumbres, y diversas manifestaciones de su patrimonio cultural. Los tour operadores deben acatar las normas que las comunidades hayan decidido aplicar en sus territorios para precautelar los impactos sociales, culturales y ambientales del turismo. Las comunidades, por su parte, han de promover la participación consciente de sus miembros mediante acciones de educación y capacitación, velando por la calidad de las prestaciones que se provean a los turistas.

Los gobiernos nacionales emprenderán acciones prioritarias tendientes a garantizar la titulación de las tierras comunales, facilitar el acceso de indígenas y campesinos a la educación y a la formación profesional, y respetar sus opciones libremente elegidas por el turismo. Las instituciones públicas promoverán nuevas actividades generadoras de ingresos para atenuar la pobreza de las comunidades, evitando así que las tierras con potencial turístico sean enajenadas.

### **2) Directrices para asegurar a las comunidades el máximo de beneficios económicos derivados del turismo**

Para asegurar la participación de las comunidades en los beneficios económicos derivados del turismo es necesario que la actividad turística contribuya al desarrollo sostenible local y a una distribución más justa de la riqueza generada. Ello implica: (i)

<sup>11</sup> Para una visión íntegra del Código de Conducta de turismo rural comunitario en América Latina, puede consultarse [www.redturs.org](http://www.redturs.org) sección documentos.

<sup>12</sup> Carlos Maldonado: “Fortaleciendo redes de turismo comunitario”, Centro Internacional de Formación, OIT Turín, Revista @local.glob, número 4, 2007, pp. 8-14.

invertir en la formación de recursos humanos para que las comunidades puedan diseñar y gestionar sus planes estratégicos y de negocios; (ii) mejorar la infraestructura y los servicios públicos a efectos de elevar la competitividad turística; (iii) ampliar el reparto de beneficios al mayor número de personas, incentivando la creación de redes de base territorial y fondos de inversión comunitaria; (iv) fomentar la equidad de género, garantizando a hombres y a mujeres un igual acceso a recursos productivos, a oportunidades de empleo y ingreso, y a las instancias de toma de decisiones.

Las comunidades han de ser invitadas a concertar con los gobiernos y los tour operadores las políticas de incentivos al turismo, las estrategias de promoción y mercadeo, los criterios de calidad de las prestaciones, así como la adopción de principios éticos para los negocios. El sector privado y las comunidades propiciarán acuerdos de cooperación y métodos de fijación de precios transparentes, con arreglo a sus respectivos aportes al producto, garantizando así un reparto equitativo de los beneficios que genere el turismo.

Los gobiernos nacionales y locales han de facilitar la participación de las comunidades en la formulación de políticas económicas y turísticas, instituyendo mecanismos de consulta y la adopción de una figura jurídica que ampare y fomente los derechos comunales. Los organismos gubernamentales competentes facilitarán el acceso de las comunidades a líneas de crédito, a nuevos mercados y al uso de marcas que protejan sus conocimientos, productos y emblemas contra toda explotación comercial ilícita.

### **3) Directrices para preservar el hábitat natural y la integridad de las tierras y territorios de las comunidades indígenas y campesinas**

Las autoridades ambientales y turísticas concertarán con las organizaciones comunales el diseño y la aplicación de políticas y marcos legales para preservar la integridad de sus territorios y proteger los recursos naturales que éstos albergan. Dichos instrumentos contemplarán la planificación y la gestión sostenible de los territorios, y la puesta en marcha de programas de educación ambiental para la población local, en particular para niños y jóvenes. Se organizarán campañas de información y sensibilización dirigidas a concienciar y a lograr de los turistas, guías y tour operadores comportamientos respetuosos de los ecosistemas que visitan.

Las comunidades, los gobiernos y las organizaciones de la sociedad civil cooperarán para difundir tecnologías y prácticas de preservación de los ecosistemas y la biodiversidad sustentadas en los conocimientos ancestrales, el uso de energías renovables y no contaminantes, la racionalización del uso del agua, la gestión de desechos sólidos y aguas residuales de origen doméstico o turístico. En los territorios comunales se incentivarán los cultivos orgánicos, la reforestación de zonas erosionadas, la protección de las especies autóctonas o su repoblación, la reglamentación de la caza y la erradicación de la confección de artesanías y platos típicos con flora y fauna en peligro de extinción. Se debe prohibir y sancionar el tráfico de especies y la extracción no autorizada de material genético vegetal, animal o humano.

Las autoridades competentes emprenderán acciones encaminadas a inventariar y preservar los conocimientos ancestrales de las comunidades indígenas y campesinas, al igual que sus diversas aplicaciones, adoptando un régimen de protección legal de tal suerte que ellas puedan beneficiarse de su valor comercial. Los gobiernos otorgarán incentivos económicos y fiscales a las comunidades por los servicios ambientales que brindan al país y a la comunidad internacional.

#### **4) Directrices para preservar, valorar y potenciar la riqueza y autenticidad del patrimonio cultural de las comunidades anfitrionas del turismo**

El turismo debe ser un instrumento para preservar las culturas locales y revitalizar los valores y las expresiones de la identidad étnica y comunitaria. Sus organizaciones velarán por la integridad y la autenticidad del patrimonio cultural, evitando que las presiones comerciales lo deterioren o desvirtúen. Cada comunidad debe dotarse de un código de conducta para garantizar un desarrollo social y cultural armónico del turismo, estableciendo reglas para los visitantes en aspectos como: acceso a lugares históricos y sagrados; derecho de propiedad sobre imágenes, símbolos y conocimientos colectivos, sus aplicaciones y uso comercial; protección de sus miembros, en especial de los niños, de cualquier tipo de tráfico o abuso.

En complemento, las comunidades inculcarán y capacitarán a sus miembros para lograr una cultura de servicio y seguridad del turista; fomentarán la interpretación histórica y cultural, incluyendo vivencias que valoren sus tradiciones agronómicas, culinarias, artesanales y artísticas en respuesta a las expectativas de los turistas. Se combatirá el tráfico de piezas arqueológicas, personas y especies, y se sancionará severamente a los miembros que se involucren en esas actividades ilícitas.

Con el fin de preservar y valorar las expresiones genuinas del patrimonio cultural comunitario los gobiernos desarrollarán programas con las organizaciones representativas, buscando el sostén de la cooperación internacional. El uso de imágenes de las culturas nativas en la promoción del turismo nacional ha de contar con el consentimiento previo de las comunidades concernidas.

#### **5) Directrices para fortalecer las instituciones, formas de participación y cohesión social de las comunidades mediante la actividad turística**

La planificación y la gestión del turismo deben constituir oportunidades para fortalecer las instituciones comunitarias, sus procesos democráticos de participación y toma de decisiones, a efectos de lograr objetivos comunes de mayor alcance. En esta óptica, se alentará la formación de asociaciones de turismo entre territorios vecinos y a escala más amplia; se impulsarán iniciativas de equidad de género en el acceso y control de los recursos, la distribución de los beneficios y el ejercicio de liderazgos. Las iniciativas de las personas y familias con espíritu emprendedor deben ser estimuladas con arreglo a reglas de distribución del ingreso que precautelen los riesgos de una diferenciación social exacerbada y toda forma de discriminación.

Las organizaciones comunitarias fomentarán alianzas y acuerdos con operadores de turismo, universidades, ONGs y organismos internacionales para capacitar a sus cuadros y dirigentes, fortalecer la capacidad de respuesta de sus instituciones al mercado y operar negocios sostenibles que redunden en bienestar de la comunidad y la economía local.

Las estrategias gubernamentales de cohesión social propiciarán la creación de instancias de diálogo y consulta con las organizaciones comunitarias, y de enlace entre éstas con el sector privado y las ONGs con vistas a concertar medidas en temas de interés común. Las federaciones de turismo comunitario, por su parte, han de emprender consultas tendientes a concertar con sus miembros estrategias y acciones de alcance nacional a favor de sus iniciativas y participarán activamente en su implementación.

## 3.2 Comentarios y respuestas

### Debate previo a la aprobación de las directrices

Sandra Olmos (Argentina): El documento enfatiza el tema de la autoridad nacional y la autoridad provincial, pero no se ve muy explícito el rol que cumplen. En el Grupo 5 de las directrices para fortalecer las instituciones sociales (punto 4), en el tema de cohesión social, el fortalecimiento o el debilitamiento de la cohesión social, incluyendo la preservación del patrimonio natural y la venta de las tierras comunales, es un tema que está relacionado también con los procesos de migración.

Cecilio Solís (México): Se sugiere homogeneizar el lenguaje del texto, evitando el uso de expresiones verbales como: “habrá, deberá o debería”; utilizar más bien expresiones como: “debe y tendrá”, que impliquen obligatoriedad y cumplimiento por parte de los estados.

Sobre el punto abordado por la compañera de Argentina, hay que preciar que los pueblos indígenas luchamos por el reconocimiento de nuestra tierras y territorios, y no para hipotecarlos o venderlos a la iniciativa privada. Queremos un reconocimiento de los territorios ancestrales que actualmente ocupamos o utilizamos.

Cuando nos referimos a la información para las comunidades, ésta debe ser oportuna, veraz y en el idioma propio de las comunidades. Por otra parte, en las directrices no se refleja bien el derecho de las comunidades a decir “no al turismo”.

La consulta a las comunidades debe ser de acuerdo a las formas de organización y toma de decisión de los pueblos indígenas, puesto que ninguna organización tiene más autoridad que la asamblea comunitaria, es decir, el pueblo. El consentimiento y consulta han de llevarse a cabo de acuerdo a las formas y tiempos de decisión de las comunidades, sin presiones de ninguna naturaleza de parte de las instituciones gubernamentales.

La propiedad intelectual de los pueblos es de carácter colectivo. Se deben desarrollar directrices de acción de propiedad intelectual, pero colectivas, que tiene que ver con el tema de patentes y marcas. El conocimiento, la medicina y el arte indígena es colectivo es de un pueblo no de una persona. Si bien los artesanos y los curanderos naturistas son los responsables de guardar este conocimiento, éste es del pueblo y está relacionado con la distribución de beneficios.

Sobre el material genético que pueden aislar las empresas farmacéuticas para luego patentarlo, en el Convenio sobre la Diversidad Biológica se está examinando el acceso a la distribución de beneficios. Éste tiene relación con el acceso a recursos genéticos, que está íntimamente relacionado con el conocimiento tradicional de las comunidades. Entonces, la distribución de beneficios debe ser comunitaria, al igual que la propiedad intelectual. En el área de política ambiental, se deja la puerta abierta a la iniciativa privada o a cualquier tipo de inversión (ver Grupo 3, punto c).

El punto d) del Grupo 3 aborda el tema de la piratería; se debe armonizar con el lenguaje internacional, en términos de biopiratería y bioprotección. Nadie puede llevarse una planta u otro objeto como recuerdo, pues a través del turismo hay biopiratería y bioprospección en las tierras indígenas.

Carlos Maldonado (OIT): Comentó que, en materia de redacción del documento, el borrador del trabajo que se elaboró con las comunidades de los 10 países que participaron en el evento de Panamá, fue editado por técnicos de la OIT, tanto en lo que se refiere al Convenio núm. 169 cuanto en los aspectos gramaticales. Es probable que haya mejoras que incorporar, se revisará el texto final a la luz de los comentarios.

Sobre la naturaleza del documento acotó que el código de conducta examinado no vincula legalmente y no es obligatorio. Como todos los códigos a nivel mundial, se trata de un instrumento de orientación que contiene lineamientos y directrices. Se invita al conjunto de actores allí mencionados, y a las comunidades en particular, a examinarlo, difundirlo y aplicarlo, y se sugieren los mecanismos y las medidas más adecuados para hacerlo. Por ello, es necesario crear situaciones de consenso para poder luego negociar su promoción y aplicación efectiva con los diferentes organismos gubernamentales, los operadores privados de turismo, las ONGs y la cooperación internacional.

En esta tarea, la OIT puede ser de gran utilidad para las comunidades indígenas y rurales, pues es la única agencia tripartita de Naciones Unidas (conformada por organizaciones de empleadores, los sindicatos y los Estados) y cuenta con capacidad para convocar a dichos actores para difundir las directrices del código de conducta y velar por su aplicación. Concretamente, la OIT dispone de una recomendación sobre la responsabilidad social de las empresas multinacionales. En el marco de las acciones para dar efecto a esa recomendación en el ámbito del turismo, se puede incluir acciones piloto relacionadas con las comunidades de América Latina. Teniendo como contraparte al empresariado de las firmas transnacionales, es posible abrir espacios de diálogo y negociación.

Con respecto a la cohesión social, está claro que los pueblos indígenas y las comunidades rurales, por la situación de pobreza en que se desenvuelven, se ven obligados a vender sus tierras. Para impedir que ello ocurra, es necesario impulsar alternativas y opciones económicas, como el desarrollo sostenible del turismo. Estas opciones, explícitas en el código de conducta, deben ser promovidas sobre todo en las comunidades pobres para reducir las presiones sobre los recursos naturales.

En la Declaración de Costa Rica, se expresa la voluntad de las comunidades de preservar sus tierras y territorios, y se enfatiza su oposición a venderlos a agentes externos. No obstante, la situación de pobreza es a veces tan extrema que, por evitarla, las familias se ven obligadas a vender sus tierras. Hemos escuchado comentar que “Un indígena sin tierra, no es indígena”. Mientras más avanza el proceso de urbanización, mayor es la especulación y más fuertes son las presiones sobre las comunidades que habitan cerca de terrenos urbanizables o con excepcionales atractivos. Algunos hoteles en Nicaragua, por ejemplo, están adquiriendo territorios bien dotados de agua que utilizan los campesinos, a través de prestanombres nacionales (testaferros). Este problema real debe ser llevado ante las autoridades nacionales para que tomen las medidas que anticipen la situación de escasez de alimentos que puede producirse.

Finalmente, las modificaciones o sugerencias que se realicen serán incorporadas al texto del código, que constituye un documento de referencia para que las comunidades turísticas y sus organizaciones se inspiren y elaboren sus propios códigos de ética. Las revisiones de estilo la realizarán los técnicos de OIT, especializados en la redacción de convenios internacionales.

Jorge Samayoa (Guatemala): ¿Cuál es el vínculo entre la OIT y los Ministerios de Trabajo en los países, en la óptica de difundir estos instrumentos, puesto que los Ministerios de Trabajo tienen una influencia muy fuerte en las relaciones laborales; estos instrumentos puedan ser aplicados y ser operativos?

René Shärer (Brasil): ¿Cuál va a ser la relación entre REDTURS, la OIT y la OMT? La OMT no inspira necesariamente mucha confianza en cuanto a los derechos de los pueblos indígenas y al turismo comunitario. La OMT fue la organización representante de los empresarios del turismo hasta antes de convertirse en una agencia de las Naciones Unidas.

Carlos Maldonado (OIT): Cada agencia de Naciones Unidas cuenta con una contraparte ministerial: la OMT tiene al Ministerio de Turismo, mientras que la OIT es la contraparte

el Ministerio de Trabajo. Se están realizando esfuerzos conjuntos en la OIT y con las agencias de Naciones Unidas para que estos instrumentos no queden en letra muerta, sino que se apliquen a través de dos mecanismos: los proyectos de cooperación técnica y las actividades regulares de las agencias. A estos esfuerzos se suman los donantes y los proyectos de cooperación llamados bilaterales (entre dos países).

Estas directrices se darán a conocer a la Dirección Regional de la OIT, con sede en Lima, así como a las oficinas subregionales y nacionales, a través de la difusión del instrumento y de la memoria del evento. En relación con los proyectos de la OIT con los Ministerios de Trabajo, éstos constituyen un excelente mecanismo para dar a conocer, promover y aplicar los instrumentos mencionados, pues resultan de un consenso de las organizaciones indígenas y campesinas.

Concretamente, en Bolivia, un proyecto de la OIT iniciará sus labores en pocos meses. Siendo el turismo comunitario e indígena una de las prioridades del Viceministerio de Turismo y uno de los objetivos del proyecto, estas circunstancias resultan ideales para la aplicación de las disposiciones contenidas en el código de conducta. En ese sentido, la OIT como institución y el proyecto como instrumento son una plataforma efectiva para promover los derechos de dichas comunidades.

Por otro lado, la OMT ha manifestado su interés en difundir el instrumento a través de su contraparte nacional, el Ministerio de Turismo. Recordarán que en Panamá estuvo presente la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), a través de un excelente consultor, que abordó el tema del uso de marcas colectivas. Se debatieron propuestas concretas en los grupos de trabajo acerca del tema. Ello significa que a través de REDTURS se está ampliando el marco de las alianzas con otras organizaciones a nivel internacional. En una próxima reunión se podría invitar a un delegado de la OMPI para que nos instruya sobre el contenido, el alcance y las implicaciones prácticas de la aplicación de las disposiciones que se están deliberando actualmente sobre la propiedad intelectual y los conocimientos colectivos de los pueblos indígenas.

Martha Lorenzini (Chile): Me parece que el documento no es aplicable a la realidad de mi país. En Chile, no se reconoce a las comunidades ni su cultura; más aún, se expropian las tierras comunales. El gobierno no apoya a las comunidades indígenas. Buscamos cómo rescatar las culturas vivas de nuestro país, así como las herramientas y los medios para poder ayudar en esta área.

Galo Villamil (Ecuador): Se está discutiendo un instrumento político de presión para cualquier gobierno, luego de que los países ratificaron el Convenio núm. 169 de la OIT. Busquemos en cada uno de los países cómo hacerlo, para que el documento no quede solamente escrito; busquemos estrategias para presionar a los ministerios en nuestros países. Tengo muchas observaciones y las haré por escrito.

Carlos Maldonado (OIT): La OIT ha asumido compromisos claros en calidad de depositario y promotor del Convenio núm. 169 a nivel mundial. En el caso de América Latina, se puede proponer en los países la conformación de una comisión nacional integrada por los representantes de los pueblos indígenas para trabajar con las instituciones gubernamentales concernidas por el código de conducta (Ministerios de Turismo, de Trabajo, del Ambiente, de la Agricultura, de Minas y Recursos Naturales), para que cada uno, desde su mandato institucional, apoye la aplicación de las disposiciones del código. Se puede empezar a aplicar las directrices en los países que cuenten con las condiciones políticas favorables y con la voluntad del sector privado de cooperar. Puesto que el código aborda cuestiones laborales (generación de empleo e ingresos, condiciones de trabajo, erradicación del trabajo infantil y de toda forma de discriminación), el Ministerio de Trabajo resulta un agente insoslayable.

Rodolfo Machaca (Bolivia): En relación a la actividad del turismo como alternativa, en Bolivia pensamos al turismo comunitario como actividad número uno. No tenemos industrias y no vamos a revolucionar con tecnología, por tanto, eso hay que modificar. El tema de la propiedad intelectual y los derechos intelectuales que deben ser comunitarios son fundamentales para nosotros y deben ser tratados con prioridad. No se ha mencionado que en Bolivia existe el Comité Nacional de Emprendimientos y Organizaciones Vinculadas al Turismo Comunitario, somos organizaciones nacionales y los motores del cambio en el país.

Teresa Reyes (Honduras): En mi país no se está aplicando el Convenio núm. 169, por lo tanto, estas directrices tampoco se van a aplicar porque no tienen un carácter obligatorio. La OIT debe vigilar la aplicación del Convenio núm. 169 en los países, pues no se está tomando debidamente en cuenta la autodeterminación de los pueblos, ni se respetan los resultados de las consultas. No estamos contentos con la aplicación del Convenio núm. 169; se requiere mayor apoyo y vigilancia, puesto que algunas comunidades están desapareciendo debido a las estrategias del gobierno para despojarnos de nuestras tierras para realizar actividades de turismo de playa. Tenemos algunas propuestas comunitarias porque queremos hacer del turismo comunitario una actividad participativa, dentro de nuestros territorios. Queremos que se respete nuestra cultura y, al mismo tiempo, requerimos apoyo para desarrollar nuestros propios proyectos comunitarios.

## 4. Federaciones nacionales de turismo comunitario

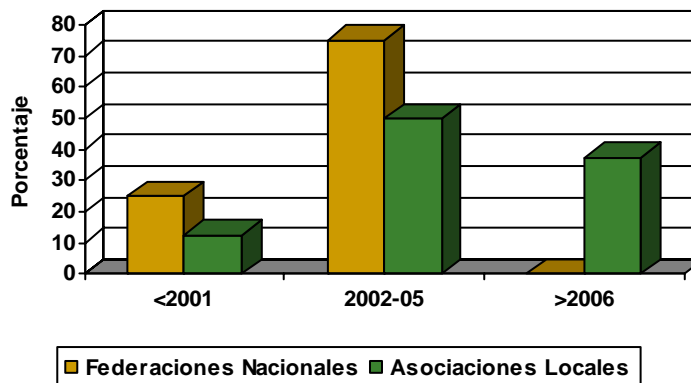
### 4.1 Perfil y dinámicas de las organizaciones de turismo comunitario de América Latina

**Carlos Maldonado y Álvaro Ramírez, OIT, Departamento de Empresas, Ginebra**

Los especialistas de la OIT expusieron los resultados de una encuesta realizada mediante cuestionario a las 16 organizaciones presentes en el evento, en el curso de las semanas que precedieron el evento. Su propósito fue conocer las características más destacadas de las federaciones nacionales y las redes locales, sus fortalezas y debilidades, sus necesidades y aspiraciones a fin de concebir un plan de fortalecimiento institucional con las mismas.

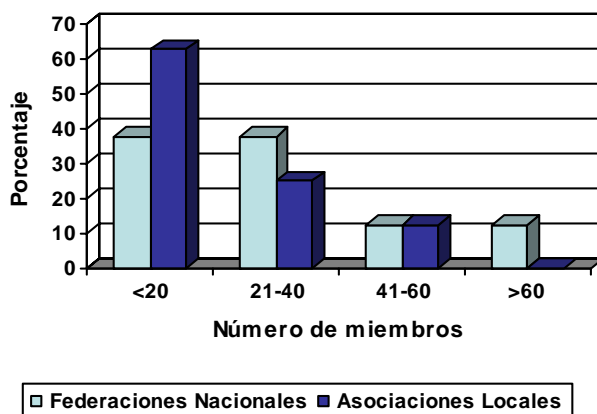
#### 4.1.1 Rasgos generales

**Año de creación:** La mayoría de las organizaciones encuestadas son asociaciones nuevas, pues fueron creadas entre los años 2002 y 2005. El 75 por ciento de las federaciones nacionales y la mitad de las asociaciones locales emergieron en ese período. La gran mayoría de las 16 organizaciones tienen menos de 4 a 5 años de existencia. En ambos casos, se aprecia que la creación de redes y asociaciones comunitarias en el sector turístico es un fenómeno reciente.

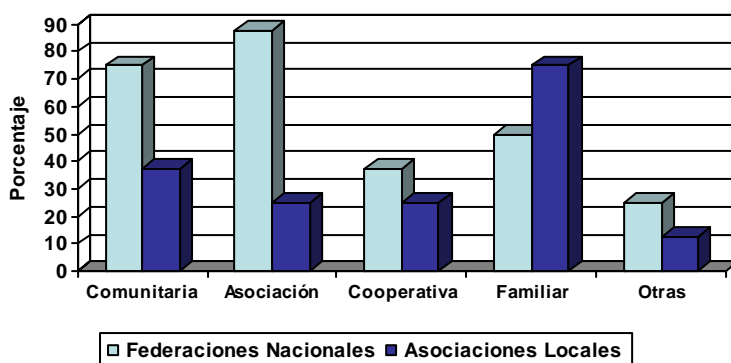


**Estatus jurídico:** En este tema, se advierte un fuerte contraste entre las organizaciones nacionales y las locales, 8 de cada 10 de las asociaciones nacionales tienen personería jurídica, mientras que en el caso de las locales, sólo una minoría (25 por ciento) afirma estar registrada.

**Membresía:** En términos de membresía, los resultados de la encuesta indican una participación relativamente limitada. En la mayoría de los casos (80 por ciento) nos estamos refiriendo a asociaciones con menos de 40 miembros. De hecho, en el caso de las redes locales, la mayoría (60 por ciento) tiene menos de 20 miembros. Por tanto, se trata de asociaciones nuevas con una membresía incipiente.



**Forma empresarial de los miembros:** En términos del nivel de organización y el tipo de miembros que integran las redes, se puede afirmar que éstas se coronan de diferentes miembros: una mezcla de empresas comunitarias, asociaciones, cooperativas y grupos familiares. No obstante, existe una diferencia importante entre las redes nacionales y las locales. En efecto, la mayoría de las organizaciones nacionales (80 por ciento) congrega básicamente como miembros a agrupaciones (comunidades, asociaciones y cooperativas) es decir, son instancias federativas de segundo o tercer grado. Las asociaciones locales, en cambio, están integradas mayoritariamente (40 por ciento) por familias o grupos familiares frente a las otras opciones empresariales mencionadas.

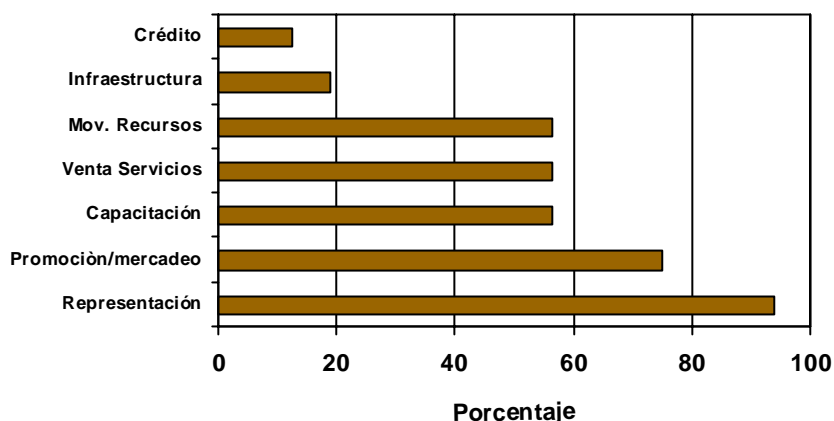


**Servicios directos a sus miembros:** La casi totalidad de las asociaciones ofrece dos tipos de servicios a sus miembros, que pueden ser calificados como prioritarios, dadas las condiciones en las que operan las empresas. El primero es el de representación y vocero de sus miembros, papel de intermediación que asumen antes una amplia gama de interlocutores institucionales y sociales. La representación incluye esencialmente cabildeo político sobre propuestas de fortalecimiento institucional, preparación y defensa de proyectos, y acciones de tipo técnico. La promoción y mercadeo es otro de los servicios importantes que asumen y comparten la mayoría (75 por ciento) de las asociaciones, sean éstas nacionales o locales. Si a esta función se añade la venta de servicios turísticos que



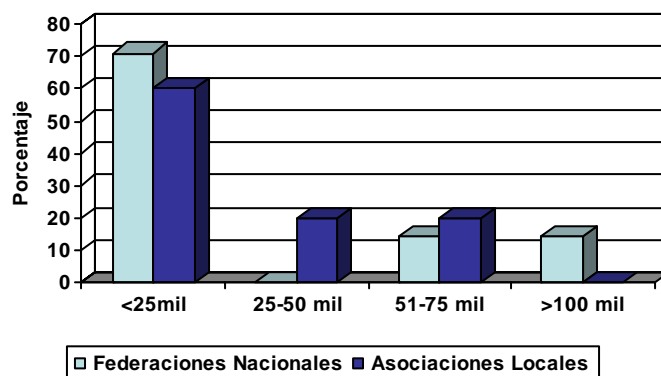
ofertan las comunidades (56 por ciento), se puede deducir la importancia capital que revisten las relaciones con el mercado.

El crédito, a diferencia de los servicios anteriores, extrañamente, no parece constituir una tarea prioritaria para las organizaciones, ni directa ni indirectamente. La preferencia por la opción de movilizar recursos (56 por ciento) atribuibles directamente a la organización, generalmente bajo la modalidad de donaciones parece explicar esta tendencia. La construcción de infraestructura aparece también como un servicio de menor peso relativo en las prioridades comunitarias.



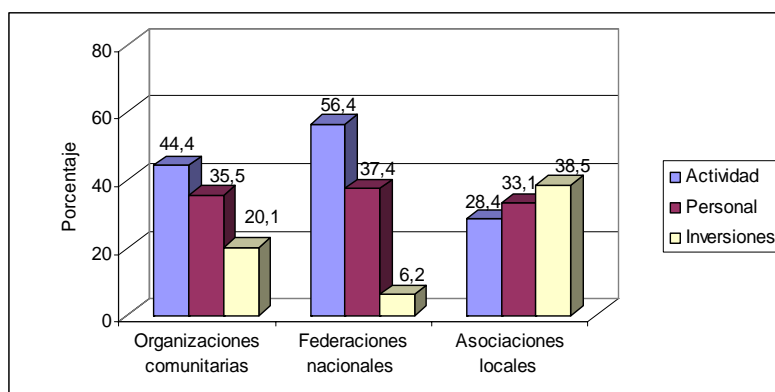
**Relaciones con diferentes actores:** Hay relaciones aparentemente muy buenas con las ONGs, tanto nacionales como extranjeras, y con las universidades. En lo que respecta al gobierno y a la cooperación internacional, las relaciones tienden a ser buenas. Por el contrario, las relaciones con las cámaras de turismo, y en algunos casos, con el gobierno local, el Ministerio de Turismo se estiman conflictivas. Según el panorama general, pareciera ser que las organizaciones comunitarias de turismo perciben positivamente y se relacionan de manera favorable con el sistema de actores locales, nacionales e internacionales.

**Presupuesto anual:** La gran mayoría de las asociaciones dispone de medios relativamente bajos para su funcionamiento: el 71 por ciento de las federaciones y el 60 por ciento de las asociaciones locales funcionan con un presupuesto anual inferior a 25 mil USD. Son excepcionales los casos en los que el gasto anual supera los 100 mil dólares y ello ocurre solamente en años de fuerte concentración de la ayuda de la cooperación internacional. Está claro que en términos de dotación de recursos son organizaciones incipientes que cuentan con serias limitaciones recursos importantes para sus inversiones.



**Estructura de gasto:** Existe una notable diferencia entre las federaciones nacionales y las asociaciones locales en cuanto al gasto. Las federaciones nacionales tienden a invertir

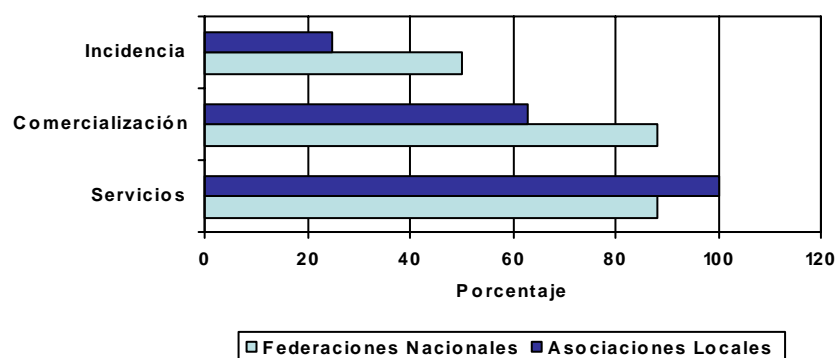
más recursos en actividades vinculadas a “actividades” de formación y otras, así como al pago del personal. Las asociaciones locales, en cambio, tienden mayormente a invertir en el rubro de infraestructura para establecer sus empresas o consolidar sus incipientes negocios.



#### 4.1.2 Estrategia y gestión

**Misión:** Tanto las federaciones nacionales como las redes locales afirman mayoritariamente (75 por ciento) que su misión es fomentar la sostenibilidad de los emprendimientos turísticos comunitarios en sus diferentes dimensiones. Para ello, buscan brindar servicios de calidad a sus socios (50 por ciento); la misión de generar ingresos complementarios (37.5) ocupa solamente el tercer rango de sus prioridades.

**Objetivos:** Vinculados a esa misión están los objetivos específicos de las organizaciones que se aglutinan en torno a tres ejes mayores: brindar servicios de calidad para que los negocios alcancen la sostenibilidad deseada (94 por ciento); fortalecer la comercialización con miras a la apertura de nuevos mercados (75 por ciento), que se puede interpretar como parte del portafolio de servicios, y, finalmente propiciar acciones encaminadas a la definición de políticas públicas favorables al turismo comunitario, función que es confiada con mayor frecuencia a las federaciones nacionales.



**Plan operativo:** Para saber hacia donde uno se enruma se necesita disponer de un mapa y fijar una orientación; ese mapa y ese rumbo lo fija el plan operativo anual. En las federaciones nacionales se advierte que 9 de cada 10 de ellas han elaborado un plan operativo, proporción que disminuye drásticamente, a 4 de cada 10, en las asociaciones locales; es decir la gran mayoría no cuenta con este instrumento esencial de navegación empresarial. Se trata de una debilidad muy preocupante que debe resolverse sin tardar, pues tal situación puede generar consecuencias negativas para el desarrollo de dichas asociaciones a mediano plazo.

### 4.1.3 Diagnóstico FODA

**Fortalezas:** Se solicitó a las organizaciones que identificaran algunas de sus fortalezas notables: dos sobresalen entre otras. La primera fortaleza que creen compartir es la riqueza y la diversidad socio-cultural de sus comunidades; mientras que la segunda, en igual proporción, es la disponibilidad de recursos naturales en sus territorios. No se trata pues, como se suele afirmar, de asociaciones de ecoturismo orientadas a acciones conservacionistas. Las organizaciones se identifican con la dimensión socio-cultural como una de sus mayores potencialidades; la preservación y aprovechamiento sostenible de los recursos naturales forma parte de dicha cultura.

Fortalezas	Frecuencia	Porcentaje
Riqueza y diversidad socio-cultural	9	56,3
Recursos naturales	9	56,3
Organización interna consolidada	8	50,0
Proyecto alternativos y viables	5	31,3
Utilización de nuevas tecnologías para la promoción y comercialización	5	31,3

**Oportunidades:** En términos de las oportunidades a aprovechar, dos elementos destacan por su incidencia y respaldo mayoritario. De cada 10 organizaciones, algo más de 7 de ellas indican que una de las oportunidades es el creciente interés por el tema de turismo comunitario, interés tanto del mercado (consumidores y operadores) como de las instituciones y la población en general. Vinculado al primer tema, le sigue en importancia la buena disposición que manifiestan actualmente las instituciones en promover y desarrollar el turismo comunitario: sean éstas organismos internacionales, gobiernos, ministerios de turismo, ONGs, universidades y otras.

Oportunidades	Frecuencia	Porcentaje
Interés creciente por el turismo comunitario	12	75,0
Instituciones interesadas en ayudar a desarrollar el turismo comunitario	11	68,8
Nuevos servicios de promoción y comercialización	8	50,0
Recursos Naturales / Localizaciones	3	18,8

**Debilidades:** La mayoría de las organizaciones encuestadas reconoce tener dos debilidades principales. La una está asociada con la insuficiencia de medios financieros (94 por ciento) para poder costearse activos empresariales como equipos, infraestructura y tecnología para entregar servicios de calidad. La otra debilidad reside en la organización interna, se diagnosticaron problemas de gestión, por carecer de estructuras consolidadas para el turismo y de personal experimentado y/o entrenado para desempeñar eficientemente las diversas funciones del negocio.

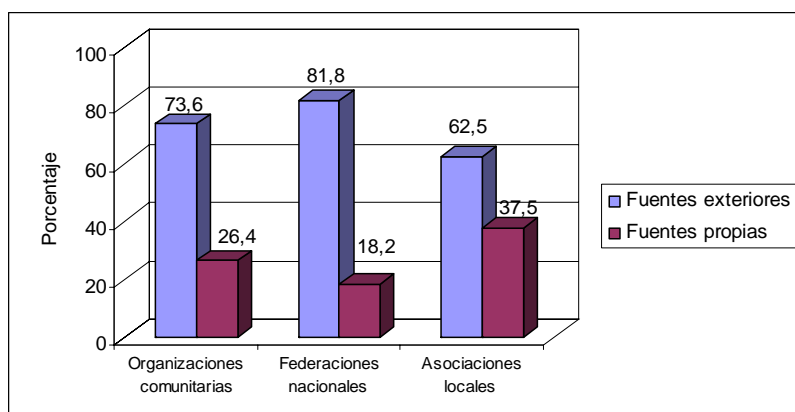
Debilidades	Frecuencia	Porcentaje
Falta de equipamiento, infraestructura y tecnología (recursos financieros)	15	93,7
Debilidad de la organización interna	9	56,2
Insuficiente capacitación de los socios	5	31,2
Debilidad de apoyo a comercialización y promoción	4	25,0

**Amenazas:** Dos amenazas principales han sido identificadas por la mayoría de las organizaciones: la falta de políticas públicas en beneficio del turismo comunitario y la creciente competencia turística. La falta de políticas públicas por parte de los gobiernos locales o nacionales es percibida como la mayor amenaza: 7 de cada 10 de ellas lo ven como una discriminación real. Por otra parte, la fuerte competencia es expresada como una potencial amenaza por la mitad de los entrevistados, competencia que puede venir del sector privado o del comunitario en el mismo país o fuera de él.

Amenazas	Frecuencia	Porcentaje
Inexistencia o políticas publicas que no benefician el turismo comunitario	11	68,8
Fuerte competencia en sector turístico	8	50,0
Destrucciones de los recursos naturales	7	43,8
Perdida de tierras	3	18,8

### Riesgo: La excesiva dependencia de cooperación externa

En el recuento de las amenazas y debilidades, las organizaciones no identificaron la dependencia de los recursos provenientes de la cooperación internacional como tales. No obstante, el análisis de las respuestas del cuestionario deja entrever ese riesgo, situación que está estrechamente asociada con la insuficiencia de medios financieros comentada más arriba.



Al analizar la estructura del ingreso de las organizadas encuestadas, sean éstas nacionales o locales, resalta el hecho que el 74 por ciento de los recursos de las organizaciones comunitarias proviene del exterior; la proporción asciende a 82 por ciento cuando se considera las federaciones nacionales y baja a 62 por ciento en el caso de las redes locales. Estos resultados se pueden explicar por el carácter reciente de dichas

organizaciones, como se anotó más arriba, que necesitan apoyo externo para poder consolidarse. No obstante, si una dependencia tan grande se confirmara a mediano plazo, la autonomía y la sostenibilidad de las estructuras representativas del turismo comunitario estarían en peligro. Es pues recomendable y necesario que, poco a poco, las organizaciones generen excedentes -mediante la venta de servicios eficientes a sus miembros – de tal suerte que puedan contar con sus propias fuentes de financiamiento y ser autosuficientes.

#### 4.1.4 Necesidad de apoyo

**Apoyo recibido:** De cada 10 organizaciones, 8 indicaron haber recibido apoyo en temas relacionados con la capacitación y la gestión del personal, es decir, en materia de cómo dirigir y operar el negocio. Algo más de la mitad de las organizaciones, en cambio, señalaron que la promoción y la comercialización fueron también objeto de sostén de las instituciones de apoyo.

Áreas de mayor apoyo recibido	Frecuencia	Porcentaje
Capacitación del personal /Gestión empresarial	12	80,0
Promoción y comercialización	8	53,3
Fortalecimiento de la organización a través de alianzas y mejor cooperación entre los socios	2	13,3

**Apoyo necesario:** Las organizaciones fueron solicitadas a dar a conocer su opinión acerca de las necesidades de apoyo, en complemento al apoyo recibido hasta la fecha, para consolidar sus negocios. De cada 10 organizaciones, 8 indicaron que precisaban de apoyo en el área de promoción y comercialización, mientras que 6 de cada 10 señalaron su preferencia por una asistencia técnica en capacitación y gestión de negocios.

Áreas de mayor necesidad de apoyo	Frecuencia	Porcentaje
Promoción y comercialización	13	81,3
Capacitación del personal /Gestión empresarial	10	62,5
Fortalecimiento de la organización a través de alianzas y mejor cooperación entre los socios	2	12,5

Extrañamente, las áreas en las que hoy se solicita apoyo complementario son sensiblemente las mismas en las que ya se entregó apoyo precedentemente. Caben dos interpretaciones a este fenómeno: el primero querría decir que la asistencia que se brindó anteriormente pudo no haber sido eficaz o de la calidad requerida por los beneficiarios; la segunda es que dicha asistencia fue insuficiente y se limitó a impartir talleres preliminares que no calaron hondo en la gente.

#### 4.1.5 Conclusiones de la encuesta

- Las organizaciones en su gran mayoría son de reciente creación.
- Los esfuerzos de formalización han sido insuficientes en las asociaciones locales; todavía no cuentan con reconocimiento oficial ni personería jurídica.
- La membresía es reducida, en consonancia con la infancia del fenómeno turístico en las comunidades y la dispersión en las que éstas operan.

- Fortalezas: las ricas manifestaciones socio-culturales y la diversidad de los recursos naturales, es decir, un patrimonio comunitario con un alto potencial de valorización.
- Oportunidades: la creciente demanda del mercado, internacional en particular, por productos originales y auténticos, y el interés de las instituciones que canalizan mayores recursos.
- Debilidades: escasos recursos propios para inversión en activos y personal entrenado para desempeñar eficientemente las funciones del negocio.
- Amenazas: una doble y creciente competencia (con el sector privado y otros destinos similares en otros países) y falta de apoyo del Estado. Lograr la competitividad será una exigencia cada vez mayor para las organizaciones comunitarias.
- Una amenaza no percibida: una excesiva dependencia, sobre todo de las federaciones nacionales, de los recursos externos de cooperación. El imperativo de brindar servicios rentables a sus miembros pesará cada vez más si se busca la autonomía. Por lo tanto, hay que atacar el problema no de manera aislada sino buscando las causas de las ineficiencias organizacionales.
- Las organizaciones solicitan apoyo en las mismas áreas en las que afirman haber ya recibido -promoción y comercialización por un lado, y capacitación del personal en materia de gestión del negocio, por el otro- con lo que la asistencia técnica ha sido o muy superficial, o de poca calidad. Temas de reflexión sobre la eficacia de la asistencia técnica canalizada por ONGs, gobiernos y la cooperación internacional.

#### 4.1.6 Temas para discusión

Se pone a deliberación los siguientes temas derivados de la comentada encuesta, con miras a consensuar propuestas de apoyo por parte de la OIT en el próximo encuentro de REDTURS:

- Posibles objetivos de programa de asistencia técnica en cooperación con organismos (Cámaras de Turismo/ONGs) afines o socios estratégicos para adoptar compromisos en pro del desarrollo del turismo comunitario.
- Políticas públicas (entorno legal e institucional favorable para el desarrollo de iniciativas turísticas comunitarias). La parte legal no considera el reconocimiento oficial como asociación o como actor económico el turismo comunitario.
- Por las debilidades en términos de gestión y de recursos. ¿Cómo se puede fortalecer las asociaciones para que brinde servicios rentables y sostenibles y puedan depender menos de los recursos externos?
- Apertura de nuevos mercados (información, contactos comerciales y asesoría para suscripción de contratos) con pequeños tour operadores, asociaciones de consumidores alternativos y ONGs que trabajan en el tema de turismo sostenible, turismo justo, turismo responsable que pueden generar flujos turísticos hacia los destinos comunitarios de América Latina.
- Mejorar la capacidad de gestión interna y de incidencia política de las organizaciones de turismo comunitario a través del uso de instrumentos para manejar la negociación, concertación y el diálogo con los tres actores: el Estado, los sindicatos y empleadores. Los líderes deben fortalecer no sólo la capacidad para negociar, el cabildeo la defensa de intereses propios, sino de varios elementos técnicos como el tema de marketing, fijación de precios, planificación estratégica, o planificación anual etc. Por otra parte, la gestión de las propias organizaciones, de planes operativos, estratégicos, sean llevados con realismo y que cada vez incluyan un autofinanciamiento creciente.
- La OIT está interesada en acompañar en este proceso a las comunidades, aunque las asociaciones tienen que ir asumiendo las tareas y el papel que la OIT ha estado realizando como acompañante.

#### 4.1.7 Comentarios y respuestas

Cecilio Solís (México): Señaló que se debería conformar un comité indígena que de seguimiento al proceso de REDTURS; de esta forma las organizaciones y federaciones podrían sentirse bien representadas con el acompañamiento de Carlos y Álvaro.

Galo Villamil (Ecuador): Añadió que se debería conformar también en esta red un comité de las organizaciones locales y las federaciones de los países.

Leyla Solano (Costa Rica): Recalcó que, a la luz de los resultados del diagnóstico, se debe fortalecer la apertura de mercados para el turismo comunitario, a través de ferias latinoamericanas que lo posicionen claramente y den cita a actores tales como pequeños tour operadores, asociaciones de consumidores alternativos y otros agentes interesados en adquirir productos turísticos alternativos.

Teresa Reyes (Honduras): Explicó que se debe brindar apoyo para la construcción de infraestructura a los países que lo requieran y fortalecimiento de las organizaciones locales para dar continuidad a los proyectos.

Los representantes de Bolivia, Brasil y Honduras apoyaron la conformación del comité de seguimiento.

Carlos Maldonado (OIT): Respondió que en la perspectiva de apoyo de la OIT se encuentra un proceso de autonomización de las organizaciones comunitarias de REDTURS, tal como se estableció en la “Declaración de San José”. La cooperación técnica se limita a un determinado número de años y de recursos, por lo que se debe propender a lograr una autonomía de gestión, de medios y de vocería, convirtiéndose en instituciones con una auténtica representación de las organizaciones de base. REDTURS está constituido por comunidades, instituciones de apoyo y recursos humanos profesionales que, en América Latina y desde Europa, apoyan esta modalidad de desarrollo sostenible. Las comunidades son parte de un conjunto de actores que trabajan en esa perspectiva.

Existen muy buenas relaciones con ONGs de Europa y con las universidades. REDTURS suscribió un acuerdo de cooperación con la Confederación Panamericana de Escuelas de Hotelería, Turismo y Gastronomía (CONPETH), que abarca centros de enseñanza superior de toda América. Estos actores forman parte de REDTURS, pues se requiere de procesos incluyentes. Una vez que se hayan establecido acuerdos de entendimiento duraderos entre los gobiernos, la sociedad civil, las comunidades y los operadores del turismo, la cooperación de OIT habrá cumplido su rol. Los mencionados actores continuarán operando en el ámbito institucional latinoamericano y en el mercado turístico, pero en un marco de nuevas relaciones más justas y más eficientes.

En respuesta a la pregunta de nombrar representantes de las organizaciones a un comité, explicó que apoyaba la idea en la medida que con ello se facilitarían las negociaciones y se distribuirán mejor las responsabilidades. En los trabajos de grupo se abordarán precisamente temas relacionados con el fortalecimiento y la consolidación de las federaciones y redes locales de turismo comunitario. Se espera contar con propuestas concretas en ese sentido.

## 4.2 Red Indígena de Turismo Alternativo de México (RITA)

Cecilio Solís, Presidente: Resaltó el valor de la cultura de una comunidad, cuya revalorización es fundamental para que el mundo los vea iguales. RITA es una empresa donde no se vende nada sino se comparte con los visitantes la cultura y la diversidad

biológica. Los socios de RITA comparten el objetivo del desarrollo, fortalecimiento de capacidades, el empoderamiento y la apropiación territorial.

El turismo indígena es un sello propio que tiene cultura, tradición, cosmovisión, forma de organización y territorio. Se quiere conservar su territorio, su cultura y alcanzar un desarrollo con identidad. Se refiere a un turismo con una visión propia, a una economía indígena y a una empresa de carácter social donde la distribución de beneficios no se limita sólo a la parte económica, sino también a servicios, a infraestructura y, sobre todo, a la parte fundamental que es la revaloración cultural, tanto al interior como al exterior de las comunidades.

Por otro lado, se piensa crear un tour operador propio; se ha empezado con la primera en la ciudad de México, que está dando sus primeros pasos y se piensa avanzar hacia el resto del continente. En Estados Unidos está en curso de negociación; en Canadá con las primeras naciones se piensa instalar un operador de turismo; igual en España. Esto permitiría vender directamente los paquetes y bajar los beneficios económicos directamente a sus comunidades.

Si las empresas privadas tienen la intención de trabajar en estos territorios deben hacerlo en términos de negocio justo y de paridad, evitando quedarse con la mayor parte de los beneficios.

#### *4.2.1 Fortalezas de RITA*

- Espacios territoriales con alta diversidad biológica.
- Diversidad cultural, social y culinaria.
- Posibilidad de actividades durante todo el año. México es uno de los países con una gran variedad climática.
- Los socios de RITA tienen un objetivo común: comparten una visión de desarrollo, el fortalecimiento de sus capacidades, el empoderamiento y la apropiación territorial. Referirse a autonomía significa no sólo una autonomía en la constitución, sino económica, puesto que la autonomía de los pueblos indígenas es económica, es política y es social.
- Capacidad de incidir en el desarrollo económico, social y cultural de sus comunidades.
- Proyecto indígena común entre los asociados.

#### *4.2.2 Debilidades*

- Necesidades de financiamiento; se requiere inversión de recursos económicos.
- Carencias en aspectos legales, contables, administrativos y en idiomas (inglés).
- Falta fortalecer las capacidades para implementar las estrategias y los programas de promoción comercial.
- Tecnologías de punta para el manejo de desechos sólidos, manejo de aguas residuales, baños alternativos y energía alterna.

#### *4.2.3 Comentarios y respuestas*

Si existen familias que no son indígenas pero desarrollan el turismo comunitario ¿Pueden ser parte de RITA?

**Respuesta:** El 99.9 por ciento de los socios pertenecen a algún pueblo indígena; también hay campesinos ecologistas que son socios de RITA, tienen los mismos derechos, valores y responsabilidades.



¿Cuál es la relación con la empresa turística privada en términos de oferta de servicios en el nivel local, nacional e internacional?

**Respuesta:** La relación no es nada alentadora, ha habido experiencias muy malas porque mientras nosotros distribuimos los beneficios entre los pueblos, ellos lo dividen entre tres socios capitalistas. No estamos cerrados a un intercambio comercial, siempre y cuando se de una manera justa, en términos de precio indígena, de propiedad indígena y de igualdad, no de sumisión.

En términos de redistribución de ingresos ¿a cuánto equivale la prestación del servicio y cuánto es el aporte al resto de la población?

**Respuesta:** Las comunidades determinan el precio del producto. Cuando tengamos nuestro tour operador se designará a éste el 10 por ciento de las ganancias. Vamos a hacer una bolsa para educación, otra para salud, otra para investigación y desarrollo, y finalmente una para créditos propios para no depender eternamente del financiamiento internacional y nacional, o de la buena fe de algunas personas. El resto beneficiará a la comunidad, ellos distribuirán a sus socios, pero también hay un aporte para el resto de la comunidad en servicios, infraestructura, etc., de acuerdo a la decisión interna de cada comunidad.

¿Para conservar los sitios naturales se está contemplado el impacto a ciertas actividades?

**Respuesta:** Tenemos un convenio con el Instituto Politécnico Nacional, con la Universidad Nacional Autónoma de México, que son las dos instancias educativas más grandes del país. Con ellos hemos estado haciendo estudios de impacto ambiental, así como estudios de capacidad de carga, de tal forma que no dañemos los recursos naturales. Internamente elaboramos códigos de ética para cuidar el impacto cultural. Tenemos también reproductores de flora y fauna para extraerlos directamente de la selva. De este modo colaboramos con la preservación del medio ambiente y de la biodiversidad tanto de flora y fauna; lo que los biólogos llaman bancos de recursos genéticos y bancos de germoplasma.

¿Quiénes son y cuántos conforman RITA?

**Respuesta:** Estamos en 15 estados y tenemos 32 microempresas socias legalmente reconocidas. La red se ha multiplicado y hasta el último censo éramos ya 85 empresas socias de RITA. La población varía entre 5 mil a 7 mil socios directos; éstos son jefes de familia. Si multiplicamos por cinco miembros en cada caso, que es el número promedio de integrantes por familia, estaríamos hablando de 35 mil beneficiarios indirectos.

¿Cual es la relación con el gobierno y que relación jurídica tienen con las empresas privadas?

**Respuesta:** El gobierno prosigue un proceso de privatización de playas de manera muy acelerada. RITA se creó como bandera, en contra de este proceso de privatización. Tenemos relaciones de carácter político con el gobierno, somos buenos cabildeando. En dos ocasiones colocamos en apuros al Congreso y hemos obtenido recursos para poner en marcha toda la infraestructura de RITA. En cuanto a la iniciativa privada, queremos ser parte del Consejo Coordinador Empresarial de México, porque el gobierno les otorga subsidios y la tasa de impuesto es menor. Queremos acceder a esos beneficios por derecho; estamos peleando por eso y lo vamos a lograr.

### 4.3 Federación Nacional de Turismo Comunitario de Guatemala (FENATUCGUA)

#### Juan de la Cruz, Consejo Directivo

La FENATUCGUA fue creada en enero 2005, con el apoyo de la OIT, por voluntad de los proyectos de turismo comunitario de Guatemala. Debido a la dispersión de dichos proyectos y los esfuerzos aislados, se solicitó apoyo para la conformación y legalización de un ente comunitario representativo que aglutinara a todas las iniciativas de base vigentes en Guatemala.

Las políticas establecidas por FENATUCGUA abarcan tres ámbitos correlacionados: medio ambiente, interculturalidad y género. Su objetivo principal es promover y fortalecer la iniciativa turística comunitaria en Guatemala para mejorar la calidad de vida de la población indígena y la protección de su patrimonio cultural y natural, desde la perspectiva de la equidad de género. La Federación se ha convertido en el interlocutor principal del gobierno y la empresa privada en el desarrollo del turismo comunitario.

En cuanto al organigrama funcional, las asociaciones conforman la Junta Directiva, que a su vez, se coordina con el Comité de Vigilancia; ambos forman la Asamblea Constituyente.

En cuanto a los resultados conseguidos, se destaca que después de un año de su legalización, la federación está integrada por 28 proyectos comunitarios; un 60 por ciento de éstos están legalmente establecidos como asociaciones y un 40 por ciento opera todavía como comité, en proceso de legalización. En este año se han integrado dos nuevas asociaciones y otro socio se está conformando en asociación; el número de socios se incrementa. Conviene también destacar que:

El INGUAT (Instituto Guatemalteco de Turismo de Guatemala) incrementa su interés y apoyo al turismo comunitario.

- Voluntarios extranjeros ofrecen sus servicios de apoyo a la federación.
- Instituciones locales y extranjeras apoyan decididamente a la FENATUCGUA, mediante asistencia técnica y financiera, como el INGUAT, el Centro de Estudios y Cooperación Internacional (CECI), Counterpart y Oxfam.
- Proyectos en desarrollo con socios de la federación aportan recursos para la realización de sus actividades (asambleas y reuniones).
- Los miembros de la Junta Directiva aúnan esfuerzos para la consecución de los objetivos de la Federación; existe colaboración, buen entendimiento y transparencia.

En cuanto a las desventajas, se puede resaltar:

- La dispersión geográfica de los miembros de la Junta Directiva, hecho que impide una activa y frecuente comunicación entre los mismos.
- Algunas instituciones quieren aprovecharse de la Federación para sus propios intereses.
- No se consolida todavía la sostenibilidad económica de la federación, lo cual constituye una debilidad mayor para su desarrollo y crecimiento.

#### 4.3.1 Comentarios y respuestas

**David Jiménez:** ¿Cómo se sostiene económicamente FENATUCGUA?

**Respuesta:** Por el momento, en la parte administrativa, la federación se sostiene gracias a la contraparte internacional de Canadá.

## 4.4 Red Nicaragüense de Turismo Rural Comunitario (RENITURAL)

**Harold Ramos, Presidente**

### 4.4.1 Los inicios de la red

RENITURAL se inició a través de distintas iniciativas turísticas en áreas rurales, gestionadas por organizaciones campesinas quienes comienzan un proceso de conocimiento mutuo a través de varios encuentros en los años 2004 y 2005. La Red se conformó el 28 de abril del 2005, en la Unión de Cooperativas Agrícolas (UCA) Mirafior, Estelí. Participaron 22 organizaciones fundadoras, que agrupan a más de 35 iniciativas turísticas comunitarias de Nicaragua.

### 4.4.2 Objetivos de la red

El objetivo general de RENITURAL es gestionar el fortalecimiento de iniciativas turísticas de índole comunitaria que están operando en el ámbito rural de Nicaragua. Entre los objetivos específicos se contemplan los siguientes:

- Mejorar la calidad de los servicios y productos turísticos ofertados por los miembros de la red, a través de planes de capacitación, financiamiento, asistencia técnica y normativa mínima de calidad.
- Difundir, promover y aumentar la comercialización de la oferta turística de la red.
- Promover el desarrollo de políticas turísticas nacionales que beneficien a sus miembros.

Bajo esta óptica se considera que el turismo debe ser un complemento, no sustituto, de las actividades tradicionales que realizan los pueblos y comunidades rurales, como la agricultura, la ganadería, la pesca, la silvicultura.

El turismo comunitario rural que se desarrolla en el entorno campesino se debe desarrollar en el sentido de la gestión y propiedad de la iniciativa turística, la atención turística y la distribución de los beneficios, buscando combinar la rentabilidad económica con la sostenibilidad social y ambiental. Es un turismo que valoriza recursos disponibles (personas, entorno natural, tradiciones, cultura, patrimonio arqueológico) afianza la propiedad de la tierra en manos de los campesinos y promueve espacios de intercambio social y cultural con los visitantes.

Una gran variedad de organizaciones forman parte de RENITURAL; las mismas se encuentran distribuidas en diferentes zonas de Nicaragua. Las principales organizaciones son las siguientes:

**Zona Norte:** Pueblo indígena de Mozote (Ocotol); Alianza Turística de Jinotega (Jinotega); CECOCAFÉN; UCA San Ramón (Matagalpa); UFCAN: Unión de Familias Campesinas y Cafetaleras del Norte-(Condega); Foro Mirafior (Estelí); Ecoposada-Tisey (Estelí); La Garnacha (Tisey Estanzuela, Estelí); Museo Precolombino de Chagüitillo (Sébaco).

**Zona Occidente:** AIDEPC: Asociación Intercomunitaria para el Desarrollo Estratégico de la Península de Cosigüina (Chinandega); Campamento Ecológico Campuzano (Chinandega); COTURER: Cooperativa Turística del Estero Real (Chinandega); Cooperativa de Turismo Rural Comunitario las Pilas-el Hoyo (León); COTURNEL: Cooperativa de Turismo Rural en el Noreste de León; Cooperativa de Turismo Rural Comunitario, el Tololar, (León); Comité Comunitario el Jicote (Chinandega); Asociación Fuente Verde (Chinandega).

**Zona Sur:** Parque Ecológico Guardatinaja (Nindirí); Comunidad Indígena de Nindirí; ADIE: Asociación para el Desarrollo Integral del Ecosistema (Nindirí); Cooperativa Turística Paseo de los Dirianes (Nindirí); Refugio El Chocoyero El Brujo (Ticuantepe); Pueblo Indígena de San Juan de Oriente; UCA Tierra y Agua (Granada); AIDRE: Asociación Integral para el Desarrollo Rural La Escoba (Granada); Community Tours (San Juan del Sur); Asociación de Guías de El Castillo (Río San Juan).

**Costa Atlántica:** Proyecto Ecoturístico Rama Cay (RAAS); AMICA: Asociación de Mujeres Indígenas de la Costa Atlántica (Puerto Cabeza, Región Autónoma Atlántico Norte).

#### 4.4.3 Los logros de RENITURAL

- Más de 35 iniciativas de turismo rural comunitario asociadas, con representación en todo el país.
- Reconocimiento público: Aparición en medios de comunicación y participación en eventos nacionales e internacionales (2006-2007): FITS México; Curso Internacional de Turismo Rural UCC, León; Foro de Aprendizaje de Pueblos Indígenas; Foro de Discusión sobre BIT (Matagalpa); I Foro Eco Turístico del Río San Juan (San Carlos); Foro de Potencialidades Ecoturísticas de Catarina (Catarina); presentación de ruta del café que abarca cinco departamentos donde se tiene destinado 5 millones de dólares para los próximos 5 años para trabajar en el tema de turismo comunitario, créditos para la pequeña y mediana industria rural comunitaria (Matagalpa) y Ruta de Sandino (Jinotega).
- Reconocimiento institucional:
  - REDTURS-OIT: en el 6° boletín se publicó la memoria de inicio de formación de la Red y en el 8° boletín se publicitó la Guía de Turismo Rural Comunitario con muy buena aceptación en el mercado Europeo; gracia a la misma se ha incrementado el número de visitantes.
  - INTUR: reconocimiento oficial del Instituto de Turismo de Nicaragua con el que se está trabajando en una normativa reguladora del turismo rural comunitario.
  - STEP-OMT: con la Cooperación Italiana se ha logrado un financiamiento para la realización de un diagnóstico general, inventario turístico y un programa de mercadeo y comercialización de la oferta turística de la red.
  - SNV: Servicio Holandés de Cooperación.
  - DED (Servicio Alemán de Cooperación al Desarrollo). Han colaborado en el funcionamiento de la red, por más de cinco años, y en el financiamiento de la oficina mientras ésta alcanza su autonomía.
  - UNAN (Universidad Autónoma de Nicaragua) Managua: carrera de turismo sostenible, se trabaja el tema de impacto en la zona. El trabajo de prácticas con los estudiantes permite la difusión de la oferta turística.
  - Fundación Luciérnaga (Managua): apoyo a la difusión de la Guía de Turismo Rural Comunitario, la producción de mapas, la producción de revistas; un espacio en el portal de la red promociona sus iniciativas.
  - [www.vianica.com](http://www.vianica.com). Organismo que trabaja a nivel centroamericano y dispone de un portal en el que se promocionan los atractivos de la red.
  - ECODES: Fundación Ecología y Desarrollo (España).
  - ECOTOURS: (Francia) proyecto de construcción de ecoalbergues para mejorar la infraestructura turística.
  - Amigos de la Tierra (España).
  - Zubiak Eginez (País Vasco): colaborará hasta el 2008 cuando la red tendría que ocuparse de la parte técnica.

Los retos para el futuro son: afianzar los logros conseguidos; asegurar la autosostenibilidad; e implementar la agenda de trabajo conjunta con el INTUR. Recientemente, se firmó un convenio para trabajar en el tema de promoción del turismo rural comunitario en Nicaragua.

#### **4.5 Asociación Costarricense de Turismo Rural Comunitario (ACTUAR)**

##### **Víctor Pérez, Directivo**

Se refirió primero a la conformación de la red con el objetivo de promover la sostenibilidad económica, ambiental y cultural de las iniciativas de turismo rural comunitario en Costa Rica. Dio a conocer igualmente los problemas que lograron sobrellevar y resolverlos.

ACTUAR está conformada por 28 organizaciones comunitarias distribuidas en todo el país (asociaciones conservacionistas, asociaciones indígenas, organizaciones campesinas). Es una asociación que agrupa en su seno a asociaciones de comunidades de base, sin fines de lucro, y trabaja con el objetivo de promover la sostenibilidad económica, ambiental y cultural de las iniciativas de turismo rural comunitario en Costa Rica. Cada año se reúne una asamblea de socios, la misma que elige a la Junta Directiva.

Entre los años 1993 y 2001, el programa de pequeñas donaciones del PNUD financió 20 proyectos turísticos. En el 2001 se realizó una evaluación y se vio la necesidad de reforzar el turismo rural comunitario, pues las iniciativas no estaban generando beneficios económicos que les permitieran llegar a la sostenibilidad económica y ambiental.

Al inicio, como a la mayoría de los emprendimientos rurales, atravesó una serie de problemas, que se tradujeron en: baja inversión en promoción y capacitación, desconocimiento en tarifas, falta de manuales de ventas; los tour operadores y otros clientes no sabían como llegar a la oferta. No se contaba con el reconocimiento del Instituto Costarricense de Turismo, del Instituto de Seguros ni de las municipalidades; los grupos de turismo comunitario no se conocían entre sí y, en muchos casos, se desarrollaron iniciativas sin tomar en cuenta la demanda.

Desde el 2001, se organizó la Feria de Turismo Rural Comunitario con la presencia de 15 tour operadores, perdiendo así el miedo a negociar y generando alianzas. En el 2002, ACTUAR desarrolló su plan estratégico en forma participativa, definiendo las siguientes áreas de acción:

- Mercadeo y promoción, como área prioritaria: tour operador y central de reservas.
- Capacitación y fortalecimiento mediante talleres y asistencia técnica.
- Incidencia política, se intentó formar una alianza con COOPRENA, la Mesa Campesina y ACEPESA.
- La gestión de los recursos obtenidos vía donaciones, micro-créditos y los beneficios generados por el tour operador para mejorar el producto.

Para atraer clientes, ACTUAR trabajó en el diseño del producto de calidad para poder venderlo a nivel nacional e internacional; luego se conformó su propio tour operador en San José. Se viene trabajando alrededor de dos años y medio en la elaboración de paquetes turísticos para que los socios puedan vender sus productos.

## 4.6 Red de Turismo Rural Comunitario de Costa Rica (COOPRENA)

Leyla Solano, Presidenta

### 4.6.1 Aspectos generales

Costa Rica posee un territorio de 51.100 km<sup>2</sup> de los cuales, el 27 por ciento se encuentra bajo alguna categoría de protección natural. Posee el 5 por ciento de la biodiversidad a nivel mundial, lo cual es importante para atraer turistas. Se ha posicionado como destino ecoturístico gracias a la gama de atractivos que posee como: parques nacionales, volcanes, playas, lugares con diversos tipos de tortugas y otros.

Además, existe una gran cantidad de actividades basadas en la naturaleza que hace que Costa Rica, siendo un país pequeño, pueda ofrecer al turista en poco tiempo y en pocos días experiencias de sol y playa, de aguas blancas, de buceo, bosque nuboso y bosque tropical gracias a la diversidad de atractivos.

### 4.6.2 Líneas de acción y avances

Es un conglomerado de empresas comunitarias (cooperativas y asociaciones) articuladas en una red bajo la figura de “Consortio Cooperativo Empresarial”, con el fin de aportar una respuesta integral al desarrollo del turismo rural comunitario, mediante el desarrollo de acciones de apoyo en las siguientes áreas estratégicas:

- Canalización del apoyo técnico.
- Fortalecimiento de capacidades locales.
- Mercadeo y comercialización.
- Gestión de fondos.
- Incidencia en política pública.
- Articulación con otros actores: economía social, ambiente y desarrollo sostenible.

Como datos de la organización se precisó su creación en 1994 y se empezó a operar en 1995. Está conformada por 19 organizaciones de la economía social, con presencia en todo el país, la mayoría son cooperativas. Se apoyan en alianzas locales, regionales, nacionales e internacionales. Entre las principales fuentes de financiamiento con las que cuenta están: los ingresos por la comercialización de su propia agencia tour operadora que opera desde hace 5 años; proyectos de cooperación; aporte de los afiliados (capital social); y servicios de consultoría.

Algunos de los logros alcanzados por la red son los siguientes: permanencia por 13 años en el sector turístico, a pesar de que al principio no existía un ambiente positivo; gestión de fondos de la cooperación internacional empleados en defensa del turismo comunitario; primer tour operador denominado “Simbiosis Tours”, especializado en turismo rural comunitario en Costa Rica (se está en proceso de la certificación de sostenibilidad turística a nivel de hotelería y de tour operadores); aumento del número de afiliados, se empezó con 5 y en la actualidad son 19 miembros; mercadeo: desarrollo del cinco ferias de Turismo Rural Comunitario (TRC) y la tercera edición de la Guía de Turismo Rural Comunitario; implantación del concepto y el producto turismo rural comunitario en Costa Rica desde 1995.

Entre las principales alianzas desarrolladas: alianza para fortalecimiento del TRC en Costa Rica; cluster de turismo del BID/FOMIN (15 países) con quienes se está desarrollando un proyecto; REDTURS-OIT; Foro Internacional de Turismo Social; Foro Internacional de Turismo Solidario; Asociación Italiana de Turismo Responsable; la

Sociedad Internacional de Ecoturismo; Cámara Nacional de Ecoturismo de Costa Rica, CANATUR.

Se ha logrado importantes avances en términos de política pública: conformación en 2003 de la Alianza para el Fortalecimiento del TRC en Costa Rica; presentación a los ministros de turismo, agricultura, trabajo y medio ambiente para alcanzar mayor visibilidad y interlocución política; dar a conocer el producto y sus valores in situ; mejorar la imagen del TRC; lograr compromisos políticos frente a las redes y otras autoridades del país.

Entra los principales resultados alcanzados figuran: el PNUD aportó recursos para diseñar un Programa Nacional de Fortalecimiento del TRC; el Ministerio de Trabajo diseñó con la alianza un Programa de Apoyo a las familias (mujeres jefas del hogar) de bajos recursos en zonas turísticas para integrar los encadenamientos turísticos; instituciones del sector cooperativo asumen su responsabilidad de apoyar con recursos técnicos y financieros el TRC como alternativa viable de generación de ingresos complementarios.

En un trabajo conjunto con el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) se ha logrado los siguientes avances: diseño de la Guía de Evaluación del TRC, con la que se evaluará más de 40 emprendimientos de turismo comunitario para mejorar la calidad de las empresas; otorgamiento de la declaratoria turística a las organizaciones; desarrollo de la campaña de promoción para mercado nacional para que el turismo interno valore el turismo comunitario; incluir el TRC en los materiales de promoción (web, brochure, afiche, videos, etc.); apoyo en gestión de pólizas colectivas de riesgos, ya que las agencias no están vendiendo paquetes de turismo comunitario si no se brinda las condiciones necesarias para el desarrollo de las actividades; formalización de empresas; declaración del TRC como cuarto macro producto turístico (los otros son sol y playa, aventura y ecoturismo); inclusión del TRC en el Plan Nacional de Desarrollo Turístico (2002-2010); declaratoria de interés público del TRC en enero del 2007; proyecto COOPRENA-BID/FOMIN-INFOCOOP, el cual permitirá mayor competitividad del sector cooperativo en turismo; alianza público-privada a través de un modelo de participación asociativa del Estado (ICT) con un ente privado, que opera como una unidad descentralizada que ha aportado una importante cantidad de recursos para fortalecer la actividad turística.

En el proceso de fortalecimiento del turismo rural en Costa Rica y su proyección a Centroamérica se trabajó en el desarrollo del producto de TRC, la calidad y competitividad para el acceso a tecnologías de información, capacitación y desarrollo de un manual de gestión del turismo rural comunitario. Además, se fortaleció los mecanismos de mercadeo y comercialización, así como la sistematización y divulgación de experiencias de casos exitosos, del modelo de participación público-privado y seminarios regionales.

Los principales ejemplos de emprendimientos de turismo rural comunitario son: albergue Heliconas, Asociación de Productores Agrícolas de Bijagua, albergue El Silencio, cooperativa Agrícola El Silencio, Cooperativa de Indígenas en Yorkin, Albergue San Juan, CoopeSanjuan, empresas familiares en torno a Coopeortega.

#### 4.6.3 Comentarios y respuestas

**David Jiménez (Bolivia):** ¿Cuánto demanda mantener el centro de rescate de animales silvestres?

**Respuesta:** El centro, además de rescatar animales que estuvieron en cautiverio, es por sí mismo un atractivo interesante para la mayoría de los turistas y para diferentes voluntariados. En la actualidad se cuenta con un programa de voluntariado; cada voluntariado paga entre 300 a 350 US\$ al mes para quedarse en una familiar y ser parte de la organización. Estas personas realizan trabajos de limpieza, atención al visitante en el

centro de rescate de vida silvestre, enseñan algún idioma extranjero, ayudan a los niños de las escuelas o colegios para aprender una serie de actividades. En este proyecto se trabaja conjuntamente con el Ministerio de Ambiente, que aporta recursos para el mantenimiento del centro, aunque también la cooperativa inyecta los suyos.

**Carlos Maldonado (OIT):** ¿En el marco del programa de cooperación OIT-REDTURS, nos interesaría saber: ¿Cuáles son los productos que se encuentran maduros y cuáles están en vías de consolidación? ¿Cuáles son los que requieren apoyo, en la perspectiva de utilizar la cooperación Sur-Sur hacia países con menor grado de desarrollo del turismo comunitario? La idea es de transferir experiencias probadas a las comunidades para que éstas sean los actores de su propio desarrollo en la región.

**Respuesta:** Dentro la organización se cuenta con un “Manual de Criterios de Sostenibilidad y Estándares de Calidad” que se elaboró en el 2000, con apoyo de la Cooperación Holandesa. Este manual constituye la base para otro manual que se está elaborando sobre Gestión de Turismo Comunitario, utilizando una metodología para adultos para que sea más accesible a las organizaciones. Además, se cuenta con la experiencia sistematizada del consorcio, la Guía de Turismo Rural Comunitario y la Guía de Evaluación de las Operaciones de Turismo Comunitario.

**Sandra Olmos (Argentina):** ¿Cuántas personas conforman el Consorcio?

**Respuesta:** Somos un equipo de 12 personas por la cantidad de proyectos que se están ejecutando, pero hace recién un año atrás éramos sólo tres personas. El equipo lo conforman una Gerente General, un Gerente Financiero, el Coordinador del área de Mercadeo y Ventas, en el área de Simbiosis hay 4 personas, una persona responsable de reservaciones, otra de ventas, de operaciones, una secretaria, una asistente administrativa, un Coordinador del Proyecto FOMIN y un encargado de Calidad y Sostenibilidad para el manejo de deshechos y de aguas energéticas, entre otras tareas.

**Cecilio Solís (México):** ¿Cuál es el nivel de participación y de decisión de las bases comunitarias, es decir de los socios, en la elaboración del proyecto madre? ¿Cualquier socio puede aspirar a la Gerencia?

**Respuesta:** Al ser COOPRENA una organización constituida por cooperativas de base y asociaciones, se realiza una Asamblea Nacional cuando se lo requiera, la cual nombra un Consejo de Administración – equivalente a la Junta Directiva – que elige al Gerente General de la organización. Con toda la base técnica operativa y administrativa se realiza el consenso de los proyectos y se determina las áreas a fortalecer. En respuesta a la segunda pregunta, cualquier socio puede ser parte de la Junta Directiva y asumir la Gerencia del Consorcio.

¿Cuál es la rentabilidad económica de la organización?

**Respuesta:** El número de turistas que visitaron Costa Rica el año anterior fue de 1,6 millones, nosotros como tour operador hemos incrementado el número de ventas gracias a los esfuerzos de promoción y de la calidad de los productos que ofrecemos. El año 2000, el año que se creó la tour operadora, se generó alrededor de 10 a 15 mil US\$ por la venta de productos de turismo comunitario.

Hay una serie de características que condicionan la venta de productos, como la accesibilidad, la ubicación y la promoción (que por lo general es costosa) entre otras. A pesar de ello, logramos participar en algunas ferias turísticas a nivel nacional como internacional, aunque las grandes ferias como la FITUR y la ITB no son el escenario adecuado para la venta del producto de turismo comunitario, al no tratarse de un producto de consumo masivo. Estamos entonces obligados a identificar mecanismos en la cadena de comercialización que nos beneficie y atraiga este tipo de turismo alternativo. Sería



interesante desarrollar ferias de turismo comunitario para aquellos turistas que están dispuestos a pagar y a entender la dinámica comunitaria.

¿Tomando en cuenta los años que tienen operando. ¿En qué momento consideran que lograrán la sostenibilidad económica y dejarán de depender del apoyo de instituciones en la elaboración de proyectos?

**Respuesta:** Son dos aspectos diferentes lograr la sostenibilidad económica y depender de proyectos para lograr la sostenibilidad. A los 12 años de estar operando, recién en el 7° decidimos crear nuestro propio tour operador porque no se recibía la afluencia turística requerida a través de las agencias de viajes de turismo, puesto que el mercado interesado es relativamente pequeño. Es más, nuestro tour operador no sólo vende el producto de turismo comunitario sino también ecoturismo y turismo de aventura porque la capacidad y las tarifas de los albergues (que varían entre 30 y 40 US\$), no permiten alcanzar la sostenibilidad de la organización por sí misma. De este modo apoyamos empresas de turismo tradicional al tiempo que nos beneficiamos.

Tal vez ya fuésemos sustentables si no trabajaríamos en diversas actividades y proyectos que demandan tiempo y recursos humanos, sin embargo, la sostenibilidad económica depende mucho del volumen de ventas y de los costos de operación.

**Sandra Olmos (Argentina):** ¿Cómo una familia, un emprendimiento puede formar parte del Consorcio? y ¿Cuál es la forma de distribución de los beneficios?

**Respuesta:** En Costa Rica existe una legislación que no permite afiliar a familias ni a pequeñas empresas, sino a cooperativas y asociaciones que pueden estar constituidas por una serie de familias. Un requisito fundamental para que las organizaciones accedan al Consorcio es que deben estar comprometidas con la protección ambiental y la participación social de la mujer, que sean consecuentes con sus objetivos y que impulsen su auto sostenibilidad.

Con respecto al tema de ingresos derivados principalmente de la comercialización de los servicios turísticos, entre un 20 a 25 por ciento se utiliza para fortalecer el área de mercadeo y capacitación. Si alguna organización lo requiere se brinda apoyo en material y ferias, pero básicamente a nivel técnico, de asesoramiento, en la realización de cursos talleres, seminarios y en la identificación de fuentes de financiamiento amigables.

**Rodolfo Machaca (Bolivia):** ¿Cuales fueron los pasos que siguieron para constituir la tour operadora de turismo comunitario?

**Respuesta:** Anteriormente estaba en vigencia una ley que exigía a las empresas cumplir con una serie de requisitos. En Costa Rica se cuenta con un sector jurídico que evalúa acciones incompatibles con la Constitución. Fue entonces que hace unos 5 años se logró eliminar una serie de requisitos para constituir una agencia de viajes, lo que dio lugar al establecimiento de los denominados “pajaritos tours”. Estos operadores cometen una serie de irregularidades a falta de una regulación que supervise sus actividades, lo que genera una mala imagen del país.

En nuestro caso, la agencia de viajes cuenta con una licencia otorgada por el Instituto Costarricense de Turismo, que la acredita a operar legalmente, como empresa certificada. Se realizó un estudio de factibilidad para convencer a las instituciones del Estado que podemos ser una tour operadora certificada. Desde hace 5 años identificamos rutas y ferias favorables para la organización, diseñamos y evaluamos el producto, elaboramos manuales de ventas para negociar con empresas mayoristas y minoristas. Se brinda igualmente servicios de transporte, alimentación, guías, hospedaje, práctica de actividades, tours, souvenirs, etc., hasta despachar a los visitantes en el aeropuerto. Estas son las tareas que cualquier tour operador debe realizar.

## **4.7 Federación Plurinacional de Turismo Comunitario de Ecuador (FEPTCE)**

### **Galo Villamil, Presidente**

Resaltó la importancia del territorio y la armonía con el entorno como la base principal para el desarrollo del turismo en los pueblos y nacionalidades indígenas del Ecuador. Sostuvo que el turismo comunitario ha sido asumido como una alternativa económica complementaria a otras tradicionales, para evitar la dependencia total del mercado. Los pioneros del turismo comunitario en Ecuador, a finales de 1985, fueron dos comunidades: Capirona en la región amazónica y Agua Blanca ubicada en la costa. Ambas nacieron como resultado de una asamblea de las comunidades en busca de alternativas.

La FEPTCE fue creada para fortalecer a las iniciativas de turismo comunitario de los pueblos indígenas, campesinos, montubios y afro-descendientes del Ecuador. Su principal objetivo es promover y afianzar las iniciativas de turismo comunitario para mejorar la calidad de vida de las comunidades, nacionalidades y pueblos desde una perspectiva integral, sustentable y con identidad, representándolas a nivel nacional e internacional.

La FEPTCE tiene una cobertura nacional; en ella se encuentran los pueblos y nacionalidades que practican el turismo comunitario y representan los colores del logotipo de la organización. Ello expresa la diversidad cultural y enfatiza la importancia del territorio. La federación está conformada por 60 comunidades (120 en proceso) en las tres regiones del país. Se propone llevar a cabo su misión respetando la identidad de sus organizaciones miembro y fortaleciendo su posicionamiento y espacio propio en el sector turístico nacional, mediante mecanismos transparentes de cogestión técnica y financiera. Es una organización comunitaria amparada en los derechos colectivos consagrados en la Constitución del Ecuador.

La federación cuenta con una estructura política nacional de carácter participativo y está integrada mediante el uso de tecnologías de comunicación. Se cuenta con un dirigente regional para el fortalecimiento de la organización a ese nivel y con un promotor capacitado para incrementar la comercialización de los productos. El turismo comunitario en Ecuador está en capacidad de recibir a 2.600 turistas por día.

Para alcanzar sus objetivos fundamentales, la FEPTCE se esfuerza por fortalecer a sus miembros en aspectos organizativos y planificación, en capacitación y comunicación, y en el área legal. Entre los principales logros se puede anotar el reconocimiento del turismo comunitario en la Ley de Turismo del Ecuador (Congreso Nacional, 23 de diciembre del 2006), la misma que estatuye la existencia de tres sectores: el público, el privado y el comunitario. La FEPTCE, en calidad de representante del sector comunitario, es miembro del Consejo Consultivo del Ministerio de Turismo.

La estrategia de comercialización de los productos turísticos ha avanzado mucho mediante la red de conectividad que cubre todas las regiones del Ecuador, permitiendo así enlazar los Centros de Turismo Comunitario (CTC) con el mundo, en particular con países como Alemania y Holanda. Además, se ha conseguido los siguientes logros: la lucha contra la migración, revitalizar la cultura, lucha por la defensa de la naturaleza, etc. Todos estos logros, con sus respectivas actividades, se enmarcan en el Plan Estratégico del Turismo Comunitario del Ecuador, el mismo que señala las rutas y destino del turismo comunitario. Este plan se elaboró con la participación activa de todas las comunidades gracias a talleres, asambleas y seminarios.

La estrategia de incidencia en la relación con los municipios del país se realiza a través de la adopción de ordenanzas para el fomento y la gestión del turismo comunitario; la búsqueda de financiamiento para la FEPTCE en los diferentes sistemas públicos (SIOC

e IFED) y partidas presupuestarias en los municipios; la integración de la información de turismo comunitario en los I-TUR; la capacitación de los funcionarios municipales en el tema; el impulso a la creación de centros de interpretación, la definición del esquema de relación con municipios y su posible localización. Adicionalmente, se busca integrar a la FEPTCE y a las operaciones turísticas de las comunidades en la red de turismo descentralizado de la Asociación de Municipios del Ecuador (AME); en los Consejos Cantonales de Turismo (CCT); en los Planes Estratégicos Turísticos Cantonales (PDEC), en sus planes de difusión y marketing: páginas Web y campañas publicitarias. Simultáneamente se apoya el proceso de legalización y reconocimiento de los CTC y la obtención de las licencias anuales de funcionamiento; la conformación de los marcos de información geográfica y socioeconómica a los espacios de operación turística comunitaria; la publicación de documentos relevantes para su desarrollo; la socialización del proceso de descentralización turística y la definición de políticas públicas para el fortalecimiento del turismo comunitario.

También destacó la destrucción progresiva de los territorios de los pueblos indígenas, de la Madre Tierra (Pachamama), que forma parte del saber ancestral. En este contexto de destrucción aparece el turismo comunitario para defender la naturaleza, crear fuentes alternativas de trabajo y revalorizar las culturas ancestrales. Éstos son los objetivos fundamentales hacia cuyo logro se encamina la actividad turística de las comunidades.

Se está luchando por formar parte de la Asamblea Constituyente a fin de poder contar con un representante del turismo comunitario en la misma, a los efectos de establecer leyes que, de alguna manera, garanticen una verdadera equidad social y cultural en los pueblos.

Para el mes de junio próximo, se está organizando un taller nacional para debatir y proponer políticas públicas a favor del turismo comunitario, con participación del Ministerio de Turismo, el Ministerio de Ambiente, el Servicio Holandés (SNV), la UNESCO, la OMT y la FEPTCE.

#### **4.8 Red Boliviana de Turismo Solidario Comunitario (TUSOCO)**

##### **Juan Carlos Pesoa y Alex Villca, Dirigentes**

Los dirigentes señalaron que la red TUSOCO nació a raíz de sucesivos eventos, como el Primer Foro de Turismo Comunitario de Cochabamba (junio 2004), seguido de un segundo en Cochabamba (febrero 2005) y de un tercer foro en La Paz (noviembre 2006). Se destacó también la participación en el Foro Internacional de Turismo Solidario, que tuvo lugar en Francia (2003). Explicaron que la visión de la red es lograr la sostenibilidad de los proyectos que la conforman con el propósito de un mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades, la reactivación de la economía local y la protección del medio ambiente. Para lograrlo, se considera esencial que la organización cuente con un adecuado nivel de representación, coordinación y recursos.

Comentaron sobre las diversas barreras legales que enfrentan los pueblos indígenas, originarios y campesinos en su afán de incentivar la creación de emprendimientos de turismo en las comunidades, así como las múltiples dificultades para la creación de redes y asociaciones que las aglutinen y representen. Resaltaron la capacidad de esos pueblos de emprender negocios y la importancia de preservar los territorios indígenas campesinos y originarios, aspectos que constituyen hoy una problemática no sólo nacional, sino para América Latina en general.

La misión de TUSOCO se centra en el fortalecimiento de los emprendimientos comunitarios, mediante acciones destinadas a favorecer: el intercambio de experiencias, el

apoyo técnico y el asesoramiento, la comunicación entre los socios; el apoyo a la promoción y comercialización de sus servicios (elaboración de estrategias y planes de mercado; implementación, organización y comercialización de sus propios productos, establecimiento de alianzas con operadores externos); participación en eventos nacionales e internacionales, confección de un sitio Web propio de la red. En cuanto al proceso de comercialización, se está elaborando una propuesta para el mercado internacional, incluyendo la creación de una agencia de viajes con tres oficinas de enlace en todo el país. Se tiene una oferta concreta para el mercado francés.

En el proceso de gestar una instancia representativa de los pueblos indígenas originarios en Bolivia se ha encontrado políticas, lineamientos y visiones muy diferentes a los que los indígenas y originarios desean y han vivido en sus tierras, lo cual constituye una barrera. Es por ello que en varios países las iniciativas comunitarias se han venido gestando con apoyo externo y con recursos financieros y técnicos de entidades bancarias como el BID, la CAF y otros organismos multinacionales. Mientras el proceso esté gestado por estas instituciones, las decisiones seguirán originándose sin participación de las organizaciones indígenas.

En Bolivia, la normativa legal no ampara los derechos fundamentales de los pueblos indígenas originarios para poder constituir un negocio digno. Existe el Código de Comercio que reconoce cinco o seis tipos de constitución de empresas privadas, pero ninguno se asimila con la realidad de dichos pueblos. Igual ocurre con el Código Civil – que contempla la finalidad de un beneficio social colectivo sin fines de lucro – y la Ley de Cooperativas. Por esta razón, se está solicitando a las instancias legales de la nación (Comisiones del Congreso), la adopción de los instrumentos jurídicos necesarios para que los pueblos indígenas, originarios y campesinos cuenten con un reconocimiento y amparo en el ejercicio de sus negocios. Se debe resaltar la capacidad de dichos pueblos para desarrollar toda una cadena de productos y servicios tangibles e intangibles.

Entre las empresas socios de la red se encuentran Chalalán, Mapajo y Tomarapi con las que se trabaja aprendiendo de la propia experiencia y la enseñanza indígena. Por lo tanto, se aspira a valorar un turismo comunitario consolidado desde dentro, aunque todavía se enfrentan muchos problemas que se originan en el entorno institucional, como se explicó anteriormente. Bolivia es un país tan grande que todavía no se ha logrado tener una comunicación fluida entre los pueblos indígenas que se localizan en el Altiplano, el Oriente y la Amazonia. TUSOCO es el interlocutor válido, a nivel nacional e internacional, de los actores que hacen turismo, en representación de los emprendimientos de turismo comunitario de Bolivia.

El emprendimiento turístico Chalalán representa una de las primeras iniciativas del país, la misma que permite demostrar que los pueblos indígenas pueden responder a las más exigentes expectativas del mercado internacional, pues se atiende a la demanda de segmentos europeos (Inglaterra), de EEUU y de Australia. No obstante, aún hace falta impulsar la promoción, mediante redes supranacionales que vinculen Bolivia con Perú, Ecuador, Guatemala y México. En este proceso existen barreras, como los intereses de los grandes grupos transnacionales que financian grandes proyectos: sólo un 30% de ese financiamiento llega a beneficiar a las comunidades.

Se ha creado un Comité Nacional de Emprendimientos y Organizaciones Sociales vinculadas al turismo Comunitario, fortalecido por las organizaciones sindicales matrices de Bolivia, como la CIDOB, la CONAMAC, la CSUTCB y la Federación de Mujeres Campesinas Bartolina Sisa, instituciones que gozan de implantación en todo el país. De esta forma, se aspira a la unión y al fortalecimiento de los pueblos indígenas y comunidades rurales para la defensa de sus territorios, que representan lo más importante de su patrimonio, por concentrarse en él la esencia y la vida de nuestros pueblos y sus ancestros. Si todo esto está en riesgo a causa de intereses económicos o políticos, se debe

generar una capacidad institucional para hacer prevalecer sus derechos como pueblos. El proceso concierne hoy a más de 70 iniciativas de los pueblos originarios, aunque ello no significa que todas estén directamente gestionadas por comunidades.

#### 4.8.1 Comentarios

Rodolfo Machaca (Bolivia): Los operadores privados de turismo no piden permiso a las comunidades, venden sus paquetes sin consultarnos, entran a las comunidades sin respetar a las autoridades y los beneficios no se quedan en las comunidades. Por ello, el turismo comunitario es nuestra plataforma de lucha para proteger nuestros territorios y el medio ambiente, evitando que se devoren los recursos.

David Jiménez (Bolivia): El turismo comunitario está uniendo al oriente y al occidente; se ha leído en la prensa que existen diferencias, pero éstas son explotadas por los grandes terratenientes que vivieron a costa de las comunidades. El turismo comunitario vincula a los cambas y los collas en una hermandad. Se debe cerrar las fronteras a las grandes transnacionales turísticas que compiten en forma desleal; son ellas que se aprovechan de los recursos naturales sin dejar beneficios a las comunidades.

### 4.9 Red Brasileña de Turismo Solidario Comunitario (TURISOL)

#### René Schärer, Coordinador

La red es una organización que involucra a diversos ecosistemas, que van desde la costa a la selva amazónica. Se inició en 2003, como resultado del Primer Seminario Internacional de Turismo Responsable, en Fortaleza, en el que participaron iniciativas de turismo comunitario y solidario del norte, el sur y el noreste de Brasil. La red fue creada con el fin de cooperar y apoyar la promoción de un turismo diferente que beneficie a los miembros de las comunidades. Gracias al sostén del Instituto Derramar (ONG), se dio inicio al primer proyecto comunitario en la comunidad de Prainha do Canto Verde, en Fortaleza.

Entre los proyectos desarrollados, que son miembros de TURISOL, vale destacar: Acolhida na Colônia en Santa Catarina; Fundação Casa Grande do Homem Kariri, en Ceará; Prainha do Canto Verde, en Ceará; Palmatur, en Ceará también; Silves, una comunidad turística del Amazonas; Mamirauá, en el Amazonas; el Grupo de Economía Popular (GEP-ONG), en Bahía; MSTur, Río Grande do Sul (ONG); Ponta Grossa, en Ceará, un pueblo de pescadores.

La red cuenta con varias oportunidades, como: el desarrollo del turismo solidario y del comercio justo para reducir la pobreza; las sinergias de la acción conjunta entre turismo comunitario, comercio justo y conservación de la naturaleza teniendo como resultado un producto solidario; revitalización del medio rural, la pesca y la agricultura familiar; rescate de la autoestima de las comunidades y familias pobres; la construcción de una Red Global de Turismo y Comercio Justo; la posibilidad de conocer y difundir las ventajas y virtudes del turismo comunitario y solidario. Se han emprendido negociaciones con diversos ministerios del gobierno, pero lamentablemente sin resultados, por no constituir una prioridad en su agenda política.

Las mayores debilidades de TURISOL son: la falta de apoyo de los gobiernos, del mercado turístico, de las agencias de cooperación y los bancos multilaterales. El Banco Interamericano, por ejemplo, ha invertido mucho en los resorts y hoteles de lujo, en infraestructura para atraer grandes inversionistas y vender el patrimonio como las playas.

Por último, la falta de apoyo en el área de marketing y promoción es una serie limitante para el desarrollo de las iniciativas comunitarias.

Recientemente, se desarrolló un circuito de turismo comunitario y economía solidaria, con base en un comercio justo, en el que se combina el turismo y el desarrollo local con actividades de servicios y producción sostenible. Esta iniciativa obedece a los principios de sostenibilidad y gestión colectiva; integración social, cooperación y participación en redes; valorización y respeto de las relaciones igualitarias de género en los procesos de producción, comercio ético y solidario; garantía de precio justo; seriedad en el compromiso y la calidad de la producción agro ecológica; repartición equitativa de las utilidades que se generen, en contraposición al mercado capitalista.

La red ha participado en numerosos eventos: en los encuentros regionales de REDTURS; el Foro Internacional de Turismo Solidario (Francia 2003); el Foro Social Mundial en Mumbai (2004), en el que participó REDTURS-OIT; el Foro Social Mundial de Puerto Alegre (2005), el FITS 2006 en Chiapas, México. Entre las actividades a venir, TURISOL celebrará el Segundo Seminario de Turismo Responsable (Fortaleza-Brasil, del 12 al 16 de mayo de 2008). Entre los temas a tratarse destacan: el turismo comunitario, el turismo en áreas naturales de conservación, el mercadeo solidario y las políticas públicas.

## **5. Redes locales de turismo comunitario**

### **5.1 Llachón, turismo rural en el Lago Titicaca (Perú)**

**Humberto Rodríguez y Valentín Quispe, Dirigentes**

Los líderes comunitarios se refirieron a las experiencias de su comunidad, ubicada en las orillas del Lago Titicaca. Llachón es una comunidad Quechua, asentada en el extremo sur de la península de Capachica, al frente de las islas Taquile y Amantani. La comunidad esta integrada por 1.330 habitantes. La isla de Taquile trabaja en turismo rural comunitario desde hace 35 años, Amantani desde hace 20 años y Llachón desde hace 11 años.

Se considera al turismo como una actividad complementaria a las agrícolas y ganaderas, pues valoriza los recursos naturales y culturales del territorio y la comunidad. El turismo en la comunidad comenzó con cinco familias; actualmente son 80 familias las que brindan servicios de hospedaje, divididos en ocho asociaciones. Además, una empresa de transporte lacustre ofrece servicios hacia la ciudad de Puno; se dispone de 30 botes veleros, mientras que una asociación de artesanos acoge a 95 socios, hombres y mujeres. Todas estas iniciativas productivas se agrupan bajo un manto común: la Federación de Turismo Rural. La misma tiene por objetivo promover el uso, el cuidado y la defensa del patrimonio comunal; regular el funcionamiento de los servicios turísticos y propiciar la distribución equitativa de los beneficios entre las familias participantes.

El destino comunitario de Llachón empezó recibiendo 377 turistas en el año 2000; el número de visitantes en el 2006 fue de 3.200, es decir, el flujo de llegadas se multiplicó por cerca de 8,5 veces, en el lapso de 7 años. Todos los grupos que llegan son organizados, puesto que se trabaja con más de 20 agencias localizadas en diferentes ciudades. En cuanto a la procedencia de los viajeros, los más numerosos provienen de Alemania y Francia, que significan un 80 por ciento de todos los turistas. Luego vienen los de España, Inglaterra y EE.UU. Estos últimos son los más exigentes en términos de mayor comodidad: baño privado y agua caliente sobre todo, que todavía no se tiene.

Llachón: Turismo vivencial y de aventura		
Año	Número de visitantes	Países, principal procedencia
2000	377	1° Alemania
2001	625	2° Francia
2002	814	3° España
2003	1.420	4° Italia
2004	1.950	5° Inglaterra
2005	3.025	6° Estados Unidos
2006	3.200	7° Otros

La tipología del turista que llega a Llachón, según sus motivaciones, permite una clasificación según las siguientes categorías: turismo vivencial (conviven con la familia), turismo de aventura (kayak, paseo en bicicleta) y turismo recreativo (excursiones y caminatas).

Los dirigentes comunitarios enfatizaron finalmente el hecho que las comunidades están cada vez más obligadas a organizarse para defender su patrimonio, contra los intereses y las amenazas que provienen de capitales externos. Se tiene que defender el territorio, al igual que recuperar, rescatar y difundir las tradiciones de la identidad cultural. Es importante concebir el turismo como una fuente importante de trabajo; pues sin éste no habría ingresos para las familias ni para la comunidad. En la óptica de fomentar un turismo comunitario auténtico y sostenible propusieron:

- Motivar a las familias rurales para que se conviertan en actores directos del turismo.
- Alentar la participación de las comunidades en la administración de sitios arqueológicos.
- Impedir la intervención de capitales de inversión externa.
- Incorporar la actividad turística rural al sistema educativo del Estado.

Se acotó como una aspiración que cada país debiera incluir el turismo rural comunitario en sus programas educativos para sensibilizar a su población, a los pueblos y regiones en donde éste se desarrolla. Esto todavía no ocurre en el Perú ni en el resto de países de América Latina.

## 5.2 Red de Turismo Comunitario Garífuna, Honduras (MUTU)

### Teresa Reyes, Presidenta

La líder comunitaria se refirió a las diferentes presiones del Estado y de los inversionistas de su país sobre el territorio Garífuna.<sup>13</sup> Expuso sobre el origen y las características de la cultura Garífuna y explicó los motivos de la conformación de la Red MUTU como un organismo de emancipación, cuyo objetivo central es la defensa del territorio ante la compleja problemática que vive el pueblo Garífuna.

Señaló que el turismo es uno de los sectores de más rápido crecimiento en la economía mundial; frente a ello, los países en desarrollo intentan aprovechar las

<sup>13</sup> El 18 de mayo de 2001, la UNESCO declaró a la comunidad Garífuna obra maestra del patrimonio oral e inmaterial de la humanidad. La riqueza de esta etnia se expresa en diferentes aspectos de su cultura, como la cosmovisión, la religión, el idioma, el canto, la danza, las artesanías y la gastronomía.

oportunidades que genera esta industria para alentar la inversión extranjera y las reservas de divisas. En el caso específico de Honduras explicó que existen enormes presiones sobre el territorio del pueblo Garífuna, impulsadas por la elite de poder, en un país que presenta un alto grado de dependencia del capital multinacional y sigue las pautas dictadas por los organismos financieros internacionales, como el Fondo Monetario Internacional. (FMI).

En Honduras existen nueve pueblos indígenas, incluidos el pueblo Garífuna y el pueblo Negro de habla inglesa. Se viene conjeturando la creación de un gran proyecto denominado Bahía de Tela, conocido como Laguna de Micos & Beach Resort, que cuenta con el respaldo de BID y es parte de la estrategia de inversiones del denominado Plan Puebla Panamá. Es un proyecto que no solamente que margina al pueblo Garífuna de los beneficios del turismo sino que está poniendo en riesgo su existencia como pueblo, al enajenar sus tierras ancestrales.

El pueblo Garífuna se encuentra diseminado a lo largo de la costa del atlántico de Honduras; el gobierno nacional, a través del Ministerio de Turismo, suscribe convenios y otorga concesiones sobre el patrimonio territorial, sin que la población indígena haya sido previamente consultada y haya concedido su aprobación. Grandes empresas inversionistas extranjeras en alianza con unos pocos empresarios privados de Honduras están acaparando áreas de conservación y parques nacionales para construir complejos hoteleros y residenciales de carácter especulativo. Estas políticas neoliberales azotan a los segmentos más pobres del país y del continente.

En Honduras son excepcionales los casos en que se ha apoyado a los pueblos indígenas con proyectos en los que éstos han tenido alguna forma de protagonismo. La regla general es que los proyectos responden a estrategias de intervención formuladas por los intereses y las alianzas entre los actores mencionados, en este caso, en el sector hotelero y los complejos turísticos.

No obstante, estamos convencidos que el turismo comunitario puede ser una respuesta a las necesidades de empleo digno y bien remunerado para atenuar la pobreza de los sectores sociales discriminados. Debemos también estar conscientes de la vulnerabilidad del turismo: se trata de una industria muy volátil y dependiente de los excedentes de la riqueza y los ingresos que se generan en los países del Norte, que controlan la mayor parte del ingreso mundial. Situaciones como un súbito aumento de los combustibles, la rápida expansión de una plaga – como la gripe aviar – o la inestabilidad política en un país, pueden echar a perder los beneficios logrados del turismo con mucho esfuerzo de inversión y trabajo de varios años. Por eso, debemos ante todo preservar la seguridad alimentaria, base de nuestra economía de subsistencia, antes que depender de una fuente de ingresos sujeta a los vaivenes de la economía mundial y la política local.

La red Garífuna MUTU fue creada en el año 2001 para salvaguardar el territorio; en esa misma óptica, hemos concebido una propuesta comunitaria que demuestra que nuestro objetivo primordial es la defensa del territorio. La mayor parte de los proyectos de turismo está siendo gestionados y representados por mujeres, debido a que, culturalmente, el pueblo Garífuna tiene raíces y prácticas matriarcales, lo que ha generado un poder muy fuerte en manos de la mujer.

Destacó que el intercambio de experiencias de turismo comunitario es básico para aprender y enriquecerse mutuamente, pero también para erradicar un fenómeno neocolonialista, en el que los que proveen los servicios en muchas ocasiones son tratados con desdén por aquellos que provienen de países que disponen de altos ingresos pero de poca consideración.



## 5.2.1 Comentarios y respuestas

### **Cecilio Solís (México)**

Hablando del BID y del FMI retomo una frase que decimos en México...”es como estar durmiendo con el enemigo”. Por un lado les pagamos la deuda a estos organismos y, por el otro, debemos negociar. Los proyectos y las formas de desarrollo de la comunidad representan una oportunidad para evitar la venta de las tierras y del patrimonio comunitario. La iniciativa privada va a seguir avanzando y el despojo territorial se va dando,... luego terminamos siendo empleados en los jardines de los extranjeros en nuestro propio territorio... Debemos actuar con mucha cautela tratándose de la negociación de proyectos como los que se mencionan.

### **Teresa Reyes (Honduras)**

No podemos enfrentarnos con violencia está claro; una de las comunidades lleva un archivo con todas las incidencias, acontecimientos y estrategias utilizadas; cada hecho y cada caso lo estamos declarando. Tenemos demandado al Estado: en la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) se llevó a cabo una audiencia en marzo pasado. Estamos en espera de la resolución y creemos que vamos a llegar hasta la Corte Superior, pues existen convenios internacionales que el Estado ha ratificado, como el Convenio núm. 169 de la OIT, y tiene la obligación de promoverlos y, sobre todo, de respetarlos, aplicando las disposiciones que nos conciernen.

## 5.3 Kai Ecotravel, operador comunitario de turismo (Colombia)

### **Rocío Barros, Coordinadora**

La líder colombiana inició su presentación refiriéndose a las principales actividades que realiza la operadora comunitaria con las familias de Alto Guajira; luego precisó un análisis FODA (Fortaleza, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) de su experiencia.

En cuanto al servicio de hospedaje, se cuenta con posadas turísticas, cabañas, enramadas, baños y tanques, y dotaciones para hospedaje, como hamacas, camas y lencería. Dependiendo del sitio se ofrece la gastronomía propia del lugar. El área más visitada es el Cabo de la Vela, donde llegan turistas mochileros, está bien equipada con baños, hamacas y camas. Sin embargo, se debe mejorar la dotación de facilidades y la calidad de los servicios.

La promoción y el mercadeo del destino se efectuaron con recursos propios y mediante alianzas con agencias especializadas. Se ha participado en eventos comerciales, como la Feria de Turismo de la Vitrina Turística ANATO a nivel nacional. En la bolsa turística de Medellín se nos reconoció y honró con un premio a la mejor iniciativa de turismo comunitario. Adicionalmente, se realizan visitas de familiarización (“famtrips”) del destino con agencias, se invita a periodistas (“presstrips”) y empresarios para que nos apoyen en la promoción. La comercialización se complementa con publicidad en revistas de viaje especializadas. Este trabajo, de esfuerzo propio, toma mucho tiempo y la organización de las relaciones públicas es relativamente compleja.

El desarrollo organizacional, referido al fortalecimiento de la red, se efectúa gracias a las acciones de información, comunicación y gestión interna. Los principales instrumentos para tener una visión a mediano plazo son: la planificación estratégica empresarial, la capacitación de los miembros en varios campos del turismo y la interacción con las

autoridades locales, todo lo cual redundará en un crecimiento de la capacidad operativa y la sostenibilidad de las empresas.

Un sucinto análisis FODA de la red permitió destacar los siguientes aspectos:

- Fortalezas: una buena estrategia de promoción y mercadeo, un equipo técnico de trabajo serio y sólido, unos atractivos turísticos singulares.
- Oportunidades: proyectos de desarrollo para promover la red a nivel internacional, en particular en Barcelona.
- Debilidades: bajo desarrollo empresarial a nivel familiar; dificultades de comunicación y deficiente desarrollo en la infraestructura.
- Amenazas: desarticulación de la red con los operadores por problemas de comunicación.

## **5.4 Red de Turismo Campesino, Valles Calchaquíes de Salta (Argentina)**

**Javier Frías, Coordinador**

### *5.4.1 Proceso de fortalecimiento y autogestión local*

- La organización territorial de la red de Salta incluye a 12 comunidades campesinas; algo más de 50 familias han decidido trabajar en turismo campesino.
- El turismo constituye un servicio complementario que se incorpora a la diversidad de iniciativas económicas y sociales campesinas. Se invita al turista no sólo a contemplar paisajes, sino a compartir la cultura, a vivirla y sentirla desde dentro, para que se lleve una experiencia inolvidable y mutuamente enriquecedora.
- Una de las tareas prioritarias ha sido el reconocimiento del turismo comunitario por las autoridades gubernamentales y el sector privado; la propuesta de una normativa adecuada para el desarrollo de esta modalidad de turismo alternativo.

El Reglamento Operativo Interno tiene como propósito marcar las pautas para que las actividades turísticas no generen impactos negativos. Además, se dispone de un Código de Conducta para el viajero, reflejado en el estatuto interno de la red.

Se cuenta con un sistema de comercialización propio: el propósito es que la red sea la que opera y ofrezca el servicio al turista. Una oficina centraliza las reservaciones y distribuye a los turistas entre las familias de la red de forma equitativa para que todos aprovechen de los beneficios que reporta el turismo.

Una Comisión Coordinadora es la que organiza las actividades; está conformada por la asamblea general de los miembros, a los que representa ante las autoridades y otros actores comerciales e institucionales.

### *5.4.2 Necesidades y demandas*

- Mejorar y equipar a los emprendimientos familiares y redes comunitarias de agua potable, riego y saneamiento.
- Mejorar los servicios al turista, en particular la vivienda familiar, pues ello redundará también en una mejora de la calidad de vida de las familias.
- Solucionar el problema de la tenencia de las tierras: un tema de especial atención es su titularización, pues muchas comunidades están siendo oprimidas por terratenientes y empresarios, tal es el caso de los viñedos. Se está trabajando para lograr que la propiedad de las tierras sea legalizada a nombre de las familias.

- Avanzar en el plan de comercialización y promoción, identificando mercados específicos que promuevan el viaje responsable, el desarrollo local y el comercio justo.
- Contribuir a la propuesta y adopción de una legislación y normas impositivas que respeten la organización comunitaria e incentiven a la microempresa.
- Fomentar políticas estatales que garanticen la planificación participativa, diversa e intercultural. El gobierno quiere que la oferta turística campesina se divida en pequeñas microempresas; en cambio, la misión de la red es trabajar como comunidad, ofreciendo un producto turístico diverso, integrado y único.
- Propiciar y alentar intercambios de experiencias de turismo comunitario y conocer más acerca de sus impactos en lo organizativo, social, cultural, económico y ambiental.

Se entiende como turismo campesino aquella modalidad de turismo rural comunitario que fomenta la organización y la autogestión de familias campesinas anfitrionas, y donde el viajero es reconocido como un compañero que comparte su vida cotidiana, que valora y respeta sus costumbres, su identidad cultural, el silencio del campo y la integridad de sus paisajes, en el marco de una relación de mutuo respeto, solidaridad y amistad.

## 5.5 Red de Parques Comunitarios, Asociación Mapu Lahual (Chile)

### Jorge Loy, Secretario

El líder Mapuche señaló que el gobierno tiene programas que no se ajustan a la realidad y a las necesidades que expresan los pueblos originarios para el desarrollo local comunitario del territorio. Por lo tanto, en la comuna de San Juan de la Costa (Osorno), decidimos organizarnos en tres distritos. Existen nueve comunidades con muchos recursos naturales donde viven pueblos originarios que han conservado su cultura ancestral. Por este motivo, se han definido cuatro ejes para el desarrollo de los territorios, cada uno con varias directrices:

#### 1. *Territorio y naturaleza*

- Restauración de territorio Huilliche de San Juan de la Costa.
- Generar las condiciones de vida básicas para las familias habitantes del territorio.
- Garantizar la conservación de toda forma de vida en el territorio.
- Contar con programas de formación permanente en manejo y uso sustentable de recursos naturales.

El desarrollo con identidad y conservación de la biodiversidad ha estado siempre presente en la cosmovisión, la cultura y el desarrollo comunitario.

#### 2. *Economía sustentable*

- Autonomía familiar y comunitaria sustentables
- Infraestructura adecuada y pertinente.
- Turismo sustentable.
- Otras actividades económicas.

Con el turismo hemos incrementado una nueva actividad al desarrollo económico de nuestras comunidades. Cabe manifestar que, más que desarrollar el turismo u otra actividad, nuestra principal estrategia es el ordenamiento territorial y una forma de exigir al gobierno que, de una vez por todas, nos reconozca la propiedad de nuestro territorio.

#### 3. *Política organizacional*

- Reconocimiento de autoridades tradicionales del pueblo Huilliche.
- Mecanismos de deliberación participativa permanentes.

- Formación de líderes comunitarios.
- Recursos y capacidades para la gestión del territorio.

Es importante para la organización del territorio que las propuestas nazcan desde sus propias bases para exigir al gobierno, en base a la Ley que reconoce el Estado chileno, que cumpla y haga cumplir los compromisos y convenios internacionales suscritos.

#### 4. Cultura y educación

- Reconocimiento como pueblos originarios.
- Fortalecer la convivencia e identidad Huilliche.
- Fomento de la lengua y prácticas de la cultura autóctona.
- Educación profesional.

El desarrollo de las capacidades al interior de las comunidades resulta crucial para el presente y para el futuro. Hoy contamos con un equipo de trabajo integrado por profesionales competentes en varias áreas. Carecemos de los servicios de un abogado para garantizar una representación jurídica directa de nuestros pueblos en las negociaciones con el gobierno, en temas de desarrollo que se quieren imponer en nuestro territorio. Los cuatro componentes mencionados forman parte del ordenamiento territorial que lo estamos efectuando con nuestra propia identidad.

Mediante una acción intensa de relaciones públicas y mucha paciencia, se logró conformar una mesa con actores e instituciones públicas, o la llamada “Mesa Huellehue”. En este ámbito se lleva a cabo la coordinación con actores e instituciones públicas como: los gobiernos regionales y municipales, el Consejo Nacional de Desarrollo Industrial (CONADI), el Consejo Nacional del Medio Ambiente (CONAMA), el Consejo Nacional Forestal (CONAF), el Secretaria Nacional de Turismo (SERNATUR), y el “Green” Fondo Internacional Marino (GEF MARINO).

Las comunidades indígenas tienen que ser críticas, no deben aceptar todo lo que se les ofrece, pues no todo va en el sentido de su propio desarrollo. Se tiene que negociar con el gobierno para que las tierras sean de propiedad de las comunidades indígenas de Mapu Lahual, porque son parte vital de las comunidades. Su cultura ha conservado el respeto ancestral por la naturaleza como parte de su propia existencia y bienestar.

En el desarrollo de estrategias, se creó la primera “Red de Parques Indígenas de Chile”. Cada una de las comunidades deciden de manera autónoma destinar una cantidad de hectáreas de su territorio para la conservación y luego una parte para desarrollar el turismo en forma sustentable.

Se ha recibido asistencia técnica para el manejo del territorio y los recursos marinos. Con el conocimiento ancestral que poseemos en estos ámbitos, la asesoría técnica es complementaria. Las comunidades indígenas estamos dispuestas a trabajar con organizaciones internacionales, en un marco de respeto a sus bases, con quienes van a colaborar y de quienes van a ser los aliados.

El gobierno Chile tiene una política especial para los pueblos originarios. Actualmente se está estructurando un Congreso Indígena, en el que cada territorio elabora una propuesta propia, con equipos representativos de cada etnia y región, para que el gobierno cumpla con la ley núm. 19.253, y entienda el desarrollo sustentable desde la perspectiva de las comunidades indígenas.

La experiencia en ecoturismo ha conducido a que cada comunidad posea su propio parque, con nombres de sus autoridades ancestrales y la gente que ha hecho nuestra historia. Es una forma de demostrar que la cultura que ellos vivieron y defendieron

permanece aún viva. A los niños debemos inculcarles los valores culturales; si hoy estoy aquí es por que a mi me los han inculcado.

Los servicios turísticos que se brindan al viajero son: alojamiento, en las modalidades de camping o casa de familia, y alimentación con productos locales; guías autóctonos; paseos en botes y a caballo; recorrido por los territorios de las comunidades; oferta de artesanía y narración de historias de la comunidad con énfasis cultural. Se oferta el servicio de las “rucas” (casas Mapuche) que disponen de una estructura de planta redonda, son construidas en madera y tienen un alto valor simbólico, pues representan la cosmovisión del pueblo Mapuche.

Por ultimo, se enfatizó que es una muy buena opción la de trabajar en redes con base en los convenios internacionales; ello permite negociar y avanzar con una perspectiva amplia, instaurando nuevas formas de cooperación y aprendizaje.

### **5.5.1 Comentarios**

En cuanto al ordenamiento territorial, nuestro trabajo consiste en exigir que el gobierno reconozca nuestro territorio, con todo lo que existe dentro de él, en la medida que nuestra supervivencia y nuestro bienestar están íntimamente relacionados con los recursos que tenemos y con el uso sustentable que queremos hacer de ellos. Por ello, nuestras comunidades han podido custodiar y conservar, generación tras generación, no solamente los recursos, sino también su gran diversidad y su equilibrio, pues constituyen el pulmón de la vida humana.

De acuerdo al censo del 2002, en Chile existe un 10 por ciento de poblaciones originarias, pero nuestros hermanos se negaban a reconocerse como originarios. Pienso que en Chile un 50 por ciento de personas con caracteres originarios no quieren reconocerse o no se reconocen como tales, pero lo vamos a lograr.

## **5.6 Red de Turismo de Chiapas Ecotours y Etnias (México)**

**Rodolfo Chan Bor Yuk, Comité de vigilancia**

### **5.6.1 Alianzas para crear una red**

Los mayores cambios que se han operado en el turismo comunitario en Chiapas en el transcurso de los tres últimos años, se pueden agrupar en tres áreas:

- Asociar a los diferentes actores locales del ecoturismo, o sea: los centros turísticos comunitarios (Red Senda Sur); las agencias de viajes especializadas (Latitud 16; Explora, Ecoturismo y Aventura; Nichim Tour Operador; Ecobiosfera) que trabajan con tour operadores y prestan servicios a las comunidades en diferentes regiones; las instituciones de gobierno y no gubernamentales que ofrecen capacitación y fortalecen el desarrollo del ecoturismo (Conservación Nacional, Secretaría de Turismo del Estado).
- Crear un centro de información y reservación dedicado al ecoturismo, el cual se ubicaría en San Cristóbal de las Casas.
- Implementar un proyecto con recursos propios: con 20 socios y aportaciones de cada organización (\$ 8.696), se logró reunir un capital de \$ 173.920, para equipar el Centro de Información en San Cristobal (oficinas, equipos, mesas y teléfono), cuya misión es brindar servicios de reservación y desarrollar contactos con diferentes empresas de turismo.

Como resultado del proceso de alianzas para las inversiones y la prestación de servicios turísticos a los viajeros, en marzo del 2006 se constituyó una sociedad, la “Red de Ecoturismo de Chiapas”, con 20 socios: 16 centros de ecoturismo comunitario y 4 agencias de viajes o tour operadores turísticos.

Los 16 centros comunitarios que integran la “Red Senda Sur” se enumeran a continuación, y se describen los servicios que cada uno de ellos brinda al visitante.

En la Reserva de la Biosfera Selva El Ocote se encuentran los siguientes centros:

1. Sima de las Cotorras: área para acampar, cabañas, restaurante familiar, caminatas y excursiones, observación de aves, rappel y arqueología.
2. Cascada el Aguacero: área para acampar, restaurante familiar, caminatas, espeleología.
3. Puente de Chiapas, centro turístico y Cooperativa Jun Jhopbentk, 8 Ejidos: restaurante familiar, paseo en lancha, caminatas y excursiones, artesanía, observación de aves.
4. Apic Pac de la Cooperativa Totpac: restaurante familiar, hospedaje, paseo en lancha, caminatas.
5. Río La Junta de la Cooperativa Tzo-Blem Uk’Um: restaurante familiar, área para acampar, paseo en bote, caminatas, balneario.
6. Valle Central de Chiapas. La Cascada el Chiflón donde está el Velo de Novia: área para acampar, restaurante familiar, balneario, caminatas, tirolesa, muro de escalada, bicicleta de montaña.
7. Río Lacatún. Colinda con el Centro Ecoturismo la Guacamaya de la Cooperativa Ara Macao: restaurantes, cabañas, área para acampar, paseo en lancha, caminatas, observación de aves, aviario (guacamayas en cautiverio que luego son liberadas) y venadario (criadero de venados).
8. Río Usumacinta. Centro Turístico Escudo Jaguar, que limita con Guatemala: restaurante, cabañas, paseo en lancha, caminatas. Pájaro Jaguar IV, con la Cooperativa Escudo Jaguar: paseo en lancha, caminatas.
9. Selva Lacandona. Centro Turístico Poza Po’op Chan con la Cooperativa Poza Po’op Chan: área para acampar, restaurante familiar, balneario, caminatas.
10. Río Cedro Rodolfo Chanbor Yuk, Maya Lacandon: campamento, caminatas, artesanía y Estación Biológica, en ésta se efectúan estudios de investigación, con el monitoreo de mamíferos, aves; cuidado de lagunas y manantiales. Hay comunidades que están acabando con la selva, nosotros queremos enseñar cómo buscar alternativas sostenibles para conservar los recursos naturales; nos preocupamos por los incendios forestales, el chequeo de flora y fauna, etc.
11. El campamento Lacanjà Chansayab, 5 campamentos familiares Maya Lacandon: área para acampar, cabañas, restaurante familiar, caminatas, artesanía, arqueología.
12. El Chanaj Con Margarito Chan Kayum: área para acampar, cabañas, restaurante familiar, caminatas, artesanía, arqueología.
13. Río Lacanjá Ricardo Chanbor Kin Maya Lacandon: área para acampar, cabañas, restaurante familiar, caminatas, artesanía, arqueología.
14. Yatosh Barum Vicente Kin Paniaagua Maya Lacandon: área para acampar, cabañas, restaurante familiar, caminatas, artesanía, arqueología.
15. Top Che Enrique Chankin Paniaagua Maya Lacandon: área para acampar, cabañas, restaurante familiar, caminatas, artesanía, arqueología.
16. Ya’aché Martín Chankin Yuk Maya Lacandon: área para acampar, cabañas, restaurante familiar, caminatas, artesanía, arqueología.

Contamos con una operadora de turismo central en San Cristóbal de las Casas, donde también funcionan las oficinas de Senda Sur. Las 4 agentes de viajes y tour operadores son:

- Explora, Ecoturismo y Aventura: tours y excursiones, son operador especializado en recorridos de aventura que ofrecen: kayak y rafting, senderismo, espeleología, campamentos en la selva.
- Latitud 16 Eco-Tours: tours y expediciones, operador especializado en: eco tours, arqueología, senderismo y trekking, espeleología y escalada, cañonismo y tubing; campamentos en la selva.
- Nichim Tour Operador: tours y excursiones, operador especializado en: eco tours, expediciones, arqueología, viajes convencionales.
- Ecobiosfera: tours y expediciones, operador especializado en: educación ambiental, senderismo, observación de aves en la Reserva de la Biosfera, El Triunfo.

### 5.6.2 Apoyo técnico y económico

Varias instituciones nacionales y locales así como agencia bilaterales de cooperación brindaron su concurso para el lanzamiento de la red de ecoturismo de Chiapas, en particular:

- USAID y el Instituto de Producción Rural de Chiapas (IPRC): apoyo para los gastos de operación.
- Conservación Internacional y Na-Bolón: acompañamiento en los talleres y un proyecto de comunicación. El Secretaria de Turismo (SECTUR) fue el que primero apoyó la promoción de los talleres y los proyectos de comunicación.
- USAID: soporte en temas de Internet y publicación de una revista de promoción, traducida a tres idiomas.

Las instituciones de apoyo favorecen el establecimiento de vínculos con los socios y usuarios para elaborar y aplicar políticas y reglamentos de turismo alternativo y sostenible. Socios y usuarios constituyen una fuente de información fiable respecto del funcionamiento de las operaciones turísticas en cada destino, así como un apoyo oportuno para preservar y mejorar los recursos naturales de las Áreas Naturales Protegidas.

Entre los principales problemas que enfrenta el turismo comunitario en Chiapas se destacó el de la comunicación, en razón de la dispersión de las comunidades y su ubicación en lugares alejados de la selva. Hace falta implementar servicios de radio, teléfono e Internet para salir del aislamiento. Se cuenta con estructuras de alojamiento, como cabañas y camping, pero no se dispone de diseños de cómo llegar a las mismas. Por otra parte, la capacitación ha sido escasa y la promoción insuficiente; en consecuencia, los recursos que se han generado en los centros turísticos son bajos. Se necesita mejorar los servicios, adecuar los sitios, establecer senderos y fortalecer el mercadeo.

Entre las necesidades prioritarias que se tienen que cubrir conviene anotar: un sistema de comunicación eficaz; la creación de nuevos productos; la formación y el acompañamiento de guías; asesoramiento técnico en temas fiscales, de conservación, etc.; adecuación de infraestructura; promoción y difusión de productos y destinos turísticos de las comunidades.

### 5.6.3 Comentarios y respuestas

Sandra Olmos (Argentina): Cuando se refieren a las operadoras ¿son operadoras locales, es la misma gente de la comunidad o son operadoras de otro lado? ¿Cómo se conformaron y cuál es el acuerdo con esas operadoras?

*Respuesta:* La operadora de turismo está vinculada con diferentes etnias lacandón; nosotros trabajamos junto con ellos. Inicialmente, invitamos a diferentes operadoras; a algunas no les gustó. ¿Cómo empezó la iniciativa? Cualquier tour-operador puede llevar gente a nuestra región, si desean podemos servirles alimentación o ellos compran productos en la

ciudad y los traen para prepararlos. Para atender a 20 personas pagan 50 pesos, estamos hablando de 5,00 USD de mano de obra. A ciertos tour operadores no les gustó esto, pues lo que queremos es dar nosotros mismos el servicio y demostrar que somos capaces de ofrecer diferentes servicios integrados. Conocemos a algunos tour operadores con los que estamos trabajando bien; la gente de la comunidad participa respetando los precios. Todas las tarifas que aplicamos son públicas y transparentes, no pueden ser disminuidas ni aumentadas, las tarifas están estandarizadas.

Sandra Olmos (Argentina): ¿Cuál es porcentaje que le corresponde a la agencia intermediaria?

*Respuesta:* El porcentaje viene en el total del costo del paquete; ejemplo: yo cobro 15 USD por la cabaña, por persona. El tour operador organiza el viaje, recoge a los turistas en el aeropuerto y los transporta; ese costo está incluido en el paquete de tres días, con desayuno, comida, cena, caminatas, guías, kayak o rafting, etc. No se trabaja con porcentajes con las comunidades, si no con precios por servicio prestado. En la oficina del centro de reservaciones se reparte los visitantes y allí sí se retiene, a título de comisión, un porcentaje del total de las ventas facturadas.

José Mario Samayoa (Guatemala): Rita también trabaja en Chiapas ¿Tienen alguna relación o han pensado en formar un consorcio o asociarse a raíz de este encuentro? ¿Tenían antes conocimiento una red de la otra?

*Respuesta:* No conocía a RITA, pero vamos a tener buena vinculación, más adelante tendremos que sentarnos a trabajar para lograr metas comunes. Hay otra iniciativa la Red Torapi, que tiene vinculación también con RITA; tenemos que seguir trabajando. Por lo que ha pasado en este evento me siento feliz, hay mucho que tengo que aprender.

Sandra Lima (Bolivia): Hemos visto que la realidad es similar en la mayoría de los países latinoamericanos; la diferencia es que en Bolivia nos damos el lujo de tener un Presidente indígena y que la promoción del el turismo comunitario es una política de Estado la de promover. Obviamente, el proceso fue largo y no ha sido fácil. Cuando Teresa y otros compañeros comentan acerca de las dificultades vividas, yo también recuerdo por lo que hemos tenido que pasar nosotros que hemos apoyado el proceso de cambio. Pero hay que continuar la lucha compañeros, en Bolivia se ha logrado mucho y creo que en sus países también se puede lograr.

## 6. Trabajo en grupos: Redes nacionales y locales de turismo comunitario y sostenibilidad

- **Grupo 1: Fortalecimiento institucional:** Planificación estratégica; fortalecimiento organizativo y liderazgo para la gestión sostenible del turismo comunitario.
- **Grupo 2: Desarrollo empresarial:** competencias para la gestión administrativa y gerencial de negocios; habilidades técnicas para operar servicios turísticos de calidad.
- **Grupo 3: Mercadeo y comercialización:** canales de distribución, promoción y mercadeo asociativos; información de mercados y enlaces comerciales nacionales e internacionales.
- **Grupo 4: Financiamiento:** crédito para las operaciones turísticas comunitarias, vinculación con fondos cooperativos, cajas municipales e instituciones bancarias.
- **Grupo 5: Gestión sostenible:** control integral de impactos sobre la sostenibilidad comunitaria; conservación y revitalización del patrimonio; socialización del aprendizaje.



## Grupo 1: Fortalecimiento institucional

El grupo abordó el tema deliberando sobre las siguientes preguntas; luego se dio inicio a una lluvia de ideas:

*Pregunta 1: ¿Existe una buena gestión de los emprendimientos comunitarios?*

*Pregunta 2: ¿Existe una estructura de soporte para el turismo comunitario?*

La presentación sobre el fortalecimiento institucional de las organizaciones de turismo comunitario se estructuró en los siguientes componentes: instrumentos, soluciones, experiencias exitosas, instituciones de apoyo y alianzas estratégicas.

### 1.1 Enfoques e instrumentos para el fortalecimiento

1. Propiciar procesos que aglutinen a las iniciativas comunitarias, independientemente de los compromisos a los que obedecen las ONGs y las instancias internacionales, llámense Conservación Internacional, USAID, Banco Mundial, BID, FMI, Comunidad Europea, OIT y OMT, entre otros.
2. Organización de emprendimientos comunitarios gracias a la asesoría y al acompañamiento de empresas ya fortalecidas. De las experiencias analizadas en este evento, varias están en capacidad de poder asesorar a otras iniciativas menos avanzadas.
3. Acompañamiento en calidad de socios y respeto a los emprendimientos comunitarios por parte de las ONGs y fuentes de financiamiento. No se está cerrando la participación a otras instancias; se preconiza que las relaciones se inspiren de los principios de respeto, igualdad, acompañamiento y no de sumisión.
4. Celebrar convenios de cooperación interinstitucional, ya sean bipartitos o tripartitos, dependiendo de la naturaleza o el carácter de las organizaciones de cada país.
5. Conformación de empresas consultoras indígenas comunitarias. Existen recursos nacionales e internacionales que deben ser ejecutados bajo la modalidad de consultorías; si bien hay consultoras indígenas hace falta fortalecerlas y crear otras para no depender de empresas consultoras y técnicos externos.

### 1.2 Soluciones de fortalecimiento

- Constitución de federaciones y cámaras nacionales, de redes y asociaciones locales que representen y velen por los intereses de los pueblos y comunidades indígenas en cada país y que sean espacios de encuentro, propuesta, cabildeo y gestión del desarrollo ante los distintos actores, instituciones, contrapartes, donantes y ventanillas.
- Reconocimiento y aval moral a las federaciones y redes nacionales por parte de las iniciativas locales para que representen sus intereses, negocien programas y políticas que aporten verdaderas soluciones a las necesidades de sus agremiados.
- Las federaciones y redes deben tener un verdadero arraigo local y gozar del aval de las comunidades de tal forma que cuando sus representantes participen en eventos como el presente, se tenga la seguridad de estar tratando con la contraparte de cada país.
- Organización y fortalecimiento de las confederaciones, federaciones y redes nacionales que cuenten con el aval de las iniciativas locales y constituyan una base sólida para el fortalecimiento y la representatividad de REDTURS.
- Talleres de inducción para el conocimiento de los diversos instrumentos internacionales (tratados, convenios y declaraciones) que abordan los derechos de los pueblos indígenas y sus comunidades, como el Convenio núm. 169 de la OIT, entre otros.
- Capacitación de recursos humanos en diversas áreas de la gestión del desarrollo: conceptos, instrumentos estratégicos y herramientas operativas a fin de que los líderes comunitarios, haciendo uso de estos conocimientos, conduzcan eficaz y ventajosamente los procesos de negociación y cabildeo que tienen que encarar con las instituciones gubernamentales y no gubernamentales; locales, nacionales e internacionales.

### **1.3 Experiencias exitosas**

Se tienen experiencias como las de RITA en México, TUSOCO en Bolivia y las redes locales de Salta y Jujuy en Argentina. El modelo de gestión opera a través de directivas y comisiones, financieramente es un modelo aún subsidiado, sin embargo se debe buscar la independencia económica progresivamente. La base fundamental para lograr el éxito de los emprendimientos en turismo está sustentada en la confianza, la transparencia, la comunicación, la consulta y el apoyo de la comunidad.

TUSOCO federa a 12 emprendimientos comunitarios; su función es la promoción, difusión y comercialización de productos turísticos de sus miembros con la ayuda de subsidios que provienen de ONGs y embajadas. Su directiva agrupa a los representantes de los emprendimientos de turismo y se compone organizaciones sociales y entidades matrices.

La Red de Turismo Campesino de Salta, Argentina, al igual que la de Jujuy, no depende de subsidios externos. Emprendieron sus iniciativas con el propio esfuerzo; su base productiva son las actividades que tradicionalmente producen los bienes de subsistencia de la zona. Por ello, diversificar la actividad económica tradicional, como lo hace el turismo comunitario, significa complementar y dinamizar el trabajo y el ingreso local. El éxito de los emprendimientos se explica también por el apoyo y el compromiso de la comunidad regional, las instituciones públicas y las entidades sociales civiles.

### **1.4 Instituciones de apoyo y alianzas estratégicas**

Las instituciones de apoyo y las alianzas estratégicas desempeñan un papel fundamental en la etapa de celebración de consultas y la suscripción de acuerdos entre las autoridades originarias y los actores sociales y comerciales, respetando los usos y costumbres de cada comunidad. La gran mayoría de las organizaciones presentes ha tenido que suscribir alianzas con las instituciones públicas, privadas y académicas solidarias, así como con las ONGs, para avanzar en la consecución de sus objetivos. En este contexto, la transparencia, la autonomía de decisión y la fijación de metas sostenibles son factores que han coadyuvado a la consolidación institucional de las organizaciones de turismo comunitario.

### **1.5 Observaciones**

El II Encuentro Regional de REDTURS (San José 2003) decidió ampliar la membresía de la red, incluyendo la participación de las comunidades campesinas, a más de las comunidades indígenas. A partir de esa decisión, todos los eventos, actividades y documentos declaratorios han convocado a representantes de dichas organizaciones.

## **Grupo 2: Desarrollo empresarial**

Se refiere al conjunto de competencias técnicas y como resultado de la experiencia para la gestión administrativa y la conducción gerencial de los negocios, así como a las destrezas técnicas para brindar servicios de calidad al turista. Se procedió primero con un diagnóstico para luego desprender algunas opciones de acción. El grupo estructuró su trabajo en los siguientes temas:

### **2.1 Elementos básicos para constituir una empresa turística**

Tres elementos fundamentales deben ir juntos para ofrecer los servicios turísticos:

1. Los atractivos, la infraestructura, las instalaciones y los servicios turísticos que serán brindados por la comunidad.

2. Capital social y personal: los valores, la organización y la cooperación, la sensibilización y la capacitación permanente.
3. Sistemas: las formas legales vigentes en cada país, los reglamentos, los estatutos y el manual de operaciones o funcionamiento para la actividad turística.

## **2.2 Niveles de organización para el trabajo de turismo**

La organización debe darse en los tres siguientes niveles y articularse mediante la planificación concertada regularmente:

1. Empresa familiar
2. Empresa asociativa
3. Empresa comunitaria.

## **2.3 Fortalecimiento de la autogestión de la empresas comunitaria**

1. Capacitación para el acceso a cargos ejecutivos y de liderazgo.
2. Contabilidad para el manejo de la rentabilidad.
3. Venta y promoción, canales de distribución y formas y políticas de venta del producto a nivel nacional e internacional. Es importante contar con alianzas para la promoción del turismo al exterior; se está invitando a la OIT para que tenga participación activa y ejecutiva.
4. Capacitación para el uso de paquetes informáticos.
5. Desarrollo de competencia en administración de negocios.
6. Diversificación de productos turísticos: si una comunidad tiene varias asociaciones, no todas deben ofrecer lo mismo; se debe diversificar los servicios turísticos y complementarlos con actividades afines.
7. Una legislación adecuada para el desarrollo de empresas turísticas comunitarias es muy importante. Las leyes deben considerar ciertas exoneraciones, incentivos y facilidades en cada país, en reconocimiento a su capacidad de generar trabajo, empleo, inversión y renta para el país.
8. Capacitación específica para operar servicios: comprende la adecuación de servicios turísticos, el aprendizaje de otros idiomas y otras competencias específicas al sector turístico.
9. Capacitación para acceso a cargos ejecutivos y un ejercicio eficaz de liderazgos.

## **2.4 Observaciones**

En las capacitaciones hace falta complementar un aspecto: enfatizar en la importancia de estar organizados, cómo organizar a los grupos, por qué hay grupos que no están todavía bien organizados? Se necesita saber cómo concienciar a su gente en la necesidad de organizarse.

## **Grupo 3: Mercadeo, promoción y comercialización**

La mesa estructuró su trabajo en torno a dos interrogantes: ¿Qué se ha hecho hasta la fecha? y ¿Qué se recomienda con relación al tema de discusión?

### **3.1 ¿Qué se ha hecho?**

1. Elaboración de materiales de promoción como folletos y páginas Web.
2. Participación en ferias turísticas locales, regionales, nacionales e internacionales.
3. Organización de ferias a nivel nacional: en Costa Rica se ha establecido una feria anual exclusiva para el turismo comunitario y se estimula el flujo de turistas locales; se ha participado también en la organización de ferias especializadas (Bolivia).
4. Presentación del producto turístico comunitario en municipios turísticos.

5. Presentación ante tour operadores y agencias de viajes, como los casos de Salta y Brasil.
6. Elaboración de guías de turismo comunitario en varias modalidades. Una muy relevante consiste en elaborar una guía con participación de las comunidades, gracias a una actuación subvencionada; una vez publicada, la guía ha sido distribuida por distintos canales para la venta, habiéndose sentido un impacto positivo de la difusión en las ventas.
7. Se destaca la realización de guías de turismo comunitario en cada país y la búsqueda de patrocinadores. Muchos municipios y ONGs disponen de recursos para publicaciones y difusión de material promocional.
8. Seleccionado segmentos de mercado para los productos: las comunidades desean que vengan buenos clientes que dejen beneficios económicos, pero también se debe decidir qué tipo de turistas se desea atraer: aquéllos que respeten el legado cultural, religioso, y la estructura social de la comunidad, o aquéllos que sólo dejan beneficios económicos.
9. Distribución de información y material promocional en embajadas, universidades, sindicatos y grupos afines para difundir el producto entre potenciales clientes nacionales y extranjeros.
10. Vincular emprendimientos turísticos con actividades productivas: se destacó la experiencia de Dimensiones Andinas, empresa privada que trabaja con dos comunidades (Challa y Challapamapa) en la Isla del Sol, Lago Titicaca. La organización tiene tres áreas: la primera es APU, tour operador que promociona su producto en Holanda y en Bélgica, y recauda fondos para proyecto en las otras dos áreas; preservación del patrimonio cultural de textiles (textiles sagrados y el wawakusiska); programa de mejoramiento de la calidad de los productos textiles con mujeres que viven en la Isla.
11. Promoción desde lo local a lo nacional en primera instancia y, luego, a nivel internacional.
12. Articulación con agencias locales para promoción y venta del producto.
13. Trabajo de promoción en redes conjuntamente con el sector público y la empresa privada.
14. Asociación con otras comunidades en torno a un destino para llegar a ser más fuertes.
15. Gestión de voluntarios para hospedarse en familias y al mismo tiempo apoyar a la comunidad: los voluntarios aportan económicamente y capacitan a la comunidad.
16. Programas de intercambio con universidades.

### **3.2 ¿Qué se recomienda?**

1. Incorporar información sobre turismo comunitario en la página Web oficial de cada país.
2. Identificar organizaciones que envían voluntarios y fomentar alianzas con las mismas (Reto Juvenil, América Solidaria, Cuerpo de Paz, Universidades de Europa y otras).
3. Establecer alianzas con escuelas de idiomas y universidades nacionales.
4. Confeccionar guías de turismo comunitario en cada país y buscar patrocinadores.
5. Ubicar información de cada iniciativa de turismo comunitario en los órganos de difusión de REDTURS: Portal de las Culturas Vivas, Boletín informativo y Guía de turismo Comunitario de América Latina en preparación.
6. Proponerse como objetivo la participación de cada emprendimiento comunitario en REDTURS.
7. Editar boletines electrónicos y distribuirlos mediante bases de datos y para un público objetivo.
8. Asegurarse de lograr y mantener un buen posicionamiento en los principales buscadores de Internet.
9. Estructurar servicios de un tour operador formal (redes nacionales) para comercializar directamente el producto comunitario en los principales mercados emisores.
10. Fortalecer las alianzas estratégicas con Universidades e instituciones que puedan apoyar a la promoción.

11. Institucionalizar nexos con organizaciones que manejan sistemas de voluntariado para fortalecer los recursos humanos comunitarios en las áreas de mayor necesidad.
12. Elaboración de circuitos turísticos binacionales o que integren varios países.
13. Elaborar estudios de demanda afín.

## **Grupo 4: Financiamiento**

El grupo deliberó sobre el tema planteando como referente las siguientes preguntas:  
¿Cuál es la situación de acceso al crédito para las empresas turísticas comunitarias? y  
¿Cómo se opera su vinculación con fondos cooperativos, cajas municipales y líneas comerciales?

### **4.1 ¿Cuál es la situación?**

- En términos de diagnóstico, se constata un acceso muy limitado al financiamiento. Las empresas comunitarias no tienen acceso directo a fuentes de financiamiento comercial. El acceso se opera principalmente a través de las ONGs o del Estado. Existe un escaso aporte financiero de propio Estado; en muchos casos los fondos para desarrollo del turismo provienen de la cooperación internacional y no llegan a las comunidades, puesto que, en regla general, se deciden en el ámbito político y se otorgan con criterios políticos. Por ejemplo, los fondos del BID en Bolivia, Brasil y Chile.
- En el acceso a donaciones, las ONGs han venido canalizando fondos de cooperación internacional teniendo a las comunidades como contraparte local. La modalidad es a fondo perdido, situación que ha permitido arrancar a la gran mayoría de los emprendimientos de la región. El problema de esta modalidad es que se financian los servicios de asistencia técnica – de calidad muy discutible – y muy rara vez la inversión en activos empresariales. Además, en el 90 por ciento de los casos, el financiamiento de las ONGs está destinado a gastos de consultoría y “papelografía”; un 10 por ciento quizás se dirige a trabajos en la comunidad.
- En la cooperación internacional destacan Bélgica, España, Nueva Zelanda y otros pocos países que facilitan fondos para capacitación e inversiones.
- Los principales problemas de acceso a fondos de crédito de cooperación internacional administrados por instituciones locales son: la falta de garantía y las altas tasas de interés.

### **4.2 ¿Qué se propone?**

- Se debe dar mayor prioridad a la inversión en infraestructura turística en las comunidades.
- Negociar mejores condiciones con donantes para que los fondos sean administrados directamente por las comunidades o sus organizaciones, con el propósito de que sean menos utilizados en consultorías y más en inversiones: una parte efectiva de esos fondos (entre 50 y 90 por ciento) que destinarse a las inversiones en las comunidades.
- Se debe fortalecer la capacidad para administrar fondos de cooperación en aquellas organizaciones que no la disponen; en todo caso, es importante reforzar los mecanismos de control interna y externa (auditorías).
- La cooperación debe responder a las necesidades y demandas directas provenientes de las comunidades y no sólo al interés del oferente de los fondos.
- Hay que evitar la repetición de diagnósticos. Se propone que el Ministerio (Secretaría) o el Viceministerios de Turismo cree y mantenga activa una base de datos que recopile los diagnósticos y estudios realizados, así como instrumentos técnicos, ya sea sobre turismo en general o turismo comunitario en particular, para evitar la duplicidad de trabajos que resultan onerosos.

- Se debe exigir transparencia a la cooperación externa en el manejo de fondos. Se advierte que algunas líneas de financiamiento se destinan a fines distintos a los que fueron asignados inicialmente.
- Se necesita trabajar más sistemáticamente en una perspectiva de desarrollo sostenible, optar por estrategias de reducción de la dependencia externa. Una vez agotados los fondos de cooperación (un proyecto), las comunidades deben poder manejarse de manera sostenible (empresa) con los recursos que ésta produzca. Posibles acciones:
  - Planificación estratégica con visión a mediano y largo plazo.
  - Fortalecimiento del recurso humano local para la gestión de negocios.
  - Desarrollo turístico con visión de nicho de mercado: especialización y certificación.
  - Fortalecimiento de las asociaciones representativas de las comunidades.
  - Políticas públicas de apoyo al sector: incentivos tributarios y líneas de crédito.
  - Estrategias de incidencia política: captar puestos de decisión política para los líderes comunitarios y sus aliados.

Por último, el representante de la OIT agradeció a los participantes en los grupos de trabajo por la relevancia de las conclusiones y recomendaciones formuladas. El trabajo realizado permite en efecto destacar una serie de pistas y de acciones concretas para la acción que se tiene que realizar en los años venideros. En cuanto a la sugerencia que la OIT trabaje activamente en la mejora del acceso de las comunidades al crédito, aclaró que la OIT, en los años 90, puso en marcha y dejó institucionalizados algunos programas de crédito en América Latina, como el Instituto de Promoción de la Pequeña Producción (IDEPRO) en Bolivia, el Instituto de Desarrollo del Sector Informal (IDESI) en Perú, el Centro de Producción y Estudios del Sector Informal (CEPESIU) en Ecuador, el PASI en Honduras, el Programa Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (PRONAMYPE) en Costa Rica y, más ampliamente, el Centro de Promoción de la Micro y Pequeña Empresa (CENTROMYPE) (con sede en El Salvador), para la promoción de la micro y la pequeña impresa en Centroamérica y el Sistema de Información para la Micro y Pequeña Empresa (SIPROMICRO) (con sede en Costa Rica). Todos estos programas se encuentran operando en los países mencionados, cuentan con personal capacitado y una amplia experiencia en manejo de carteras de crédito y servicios financieros, poseen fondos y disponen de tecnología financiera. Si se requiere de apoyo para vincular a dichas instituciones, así como otras instituciones bancarias o no bancarias, con el turismo comunitario, la OIT está dispuesta a apoyar iniciativas que vayan en esta dirección.

## **7. El próximo encuentro regional de REDTURS**

### **7.1 La sede**

El representante de la OIT recordó que en Panamá, el IV Encuentro Consultivo Regional de REDTURS, por votación de los participantes, decidió que Bolivia fuera la sede del V Encuentro. En la misma ocasión, Guatemala fue elegida país anfitrión de sustitución, en caso de que el primero se viese impedido por alguna razón. En la medida que Bolivia ha acogido espléndidamente el evento, la sede del VI Encuentro Consultivo Regional de REDTURS corresponde a Guatemala. El representante del Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT), Lcdo. Jorge Mario Samayoa se encuentra presente y ha sido un agente muy activo de apoyo al turismo comunitario en Guatemala, antes y después del proyecto que OIT impulsara en ese país.

El Sr. Samayoa leyó una carta del Ing. Joseph Daniel Money, Director del INGUAT, dirigida a Carlos Maldonado (OIT), Coordinador de REDTURS, la misma que en su parte pertinente dice: “El motivo de la presente es para enviar un afectuoso saludo a todas las

delegaciones latinoamericanas de Turismo Comunitario, convocadas a este importante evento, y así mismo someter a consideración a las distinguidas representaciones, nuestra mejor disposición de ser el siguiente país anfitrión y Sede del VI Encuentro del Turismo Comunitario Latinoamérica, REDTUR 2008.

Augurando el logro de las expectativas planteadas en el desarrollo del V Encuentro de REDTURS, que se realiza en este momento en La Paz, Bolivia, es grato suscribirme con las muestras de mi consideración y estima.

Acto seguido, J.M. Samayoa agradeció al Viceministerio de Turismo de Bolivia y a su equipo técnico de apoyo, en la persona de Sandra Lima; a Carlos Maldonado, que en calidad de coordinador de REDTURS-OIT, co-organizó el evento, y durante los últimos cinco años se ha empeñado en sostener los esfuerzos y las iniciativas de las comunidades. Terminó señalando que será un gran honor y una inmensa alegría recibir a todas las delegaciones en el próximo encuentro de REDTURS, el año 2008. Guatemala está presta a asumir esa delicada responsabilidad.

## **7.2 Temas a tratar en el próximo encuentro**

Se precisó que al término de un encuentro regional de REDTURS se proponen y eligen dos temas a tratarse en el próximo evento; uno de ellos suele ser de carácter técnico y el otro puede abordar temas vinculados con los procesos organizativos comunitarios, la gestión de REDTURS y sus instrumentos.

René Schärer (Brasil) propuso tratar el marco conceptual del turismo comunitario y la certificación. El turismo comunitario es un producto, por tanto es muy probable que alguien quiera usar ese nombre para vender un producto que no sea comunitario. Por esa razón hace falta definir oficialmente que es turismo comunitario y pensar en la certificación de sus productos.

El representante de la OIT acotó a este respecto que todas las organizaciones presentes recibieron la memoria del IV Encuentro de REDTURS (Panamá, 2005) y un documento técnico referido al uso de marcas para la promoción de turismo comunitario. Se podría retomar ese tema, pero con una visión más operativa, es decir, examinar los pasos que habría que acometer para crear en un país piloto una marca colectiva que posicione al turismo comunitario en el mercado internacional con identidad propia. Para ello se requeriría la presencia de un consultor especialista en el tema, como el experto de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), que fue contratado por la OIT para tratar de los conceptos y las implicaciones prácticas del tema de marcas y certificación. Además, en Panamá se elaboraron las directrices de un Código de Conducta para el turismo comunitario, propuesta que se debatió y aprobó en el presente evento.

Carlos Maldonado (OIT) sugirió concertar los indicadores de calidad en turismo comunitario, un tema con impacto en el desempeño diario tanto del destino turístico como de los servicios brindados al visitante. Se trata de sistematizar algunas dimensiones y variables que conciernen más específicamente al desarrollo del turismo con comunidades. Podría elaborarse un documento guía para el debate con sustento en los múltiples documentos y experiencias existentes.

Alex Willca (Bolivia) comentó que uno de los temas a considerarse en Guatemala podría ser el de la creación de una operadora gestionada por las organizaciones comunitarias para comercializar los servicios del turismo comunitario.

Teresa Reyes (Honduras) planteó el tema del cobro de tasas aeroportuarias para el envío de productos de comunidades y pueblos indígenas.

## 8. Sesión de clausura del evento

Carlos Maldonado en nombre de la OIT agradeció al Gobierno de Bolivia, en la persona del Viceministro de Turismo, Ricardo Cox, por la cálida acogida y la calidad del apoyo logístico. Expresó su gratitud a las comunidades de Tomarapi, Río Lauca y Tayta Sajama por la generosidad y la intensidad de los intercambios efectuados durante la visita a las mismas: “fue un ejemplo maravilloso de convivencia que nos permitió compartir su cultura, apreciar sus esfuerzos y conocer sus legítimas aspiraciones”.

A manera de conclusión y refiriéndose al primer bloque temático, destacó que la aprobación del Código de Conducta por las organizaciones presentes significa una primicia a nivel mundial: por la primera vez las comunidades de un continente se dotan de una carta que expresa su visión del desarrollo y propone una serie de medidas concretas para hacer respetar sus derechos, preservar su cultura y su hábitat natural, al tiempo que se logran negocios sostenibles. Este hecho ha despertado el interés en la OMT que ofrecerá un espacio en un próximo evento regional para difundir las reflexiones y propuestas vertidas en las directrices del mencionado código.

Invitó al Viceministro de Bolivia a realizar esfuerzos conjuntos con la OIT y la OMT para dar a conocer y aplicar las propuestas del turismo comunitario, en la medida que éste representa una verdadera opción en términos económicos y para revitalizar la identidad cultural de cada país, confiando dignidad a las personas mediante el trabajo.

Refiriéndose al segundo bloque temático, sobre los gobiernos locales, señaló que el ejercicio que se ha realizado con las comunidades en el evento, trastoca el orden clásico de la planificación que, habitualmente, se define y decide desde arriba hacia abajo. La planificación y la gestión de políticas públicas con participación comunitaria entrañan una alta probabilidad de éxito por responder a necesidades reales y contar con la adhesión y apoyo de las bases. El éxito, a su vez, contribuye a una mejor gobernabilidad local y nacional.

Invitó a los presentes a contribuir con su experiencia a la concepción de un manual de planificación local del turismo que tome en cuenta las necesidades, los recursos y el potencial que encierran las comunidades rurales. Bolivia presenta las condiciones ideales para una aplicación piloto por contar con un marco legal y político propicio: la Ley de Participación Popular y la Ley de Descentralización administrativa. La ejecución del presupuesto público por los gobiernos locales significa una enorme ventaja para el desarrollo económico local, sobre todo si se tiene en cuenta que la mayoría de los municipios del país son rurales.

Por último, refiriéndose al tercer bloque temático, sobre el fortalecimiento de las organizaciones de turismo comunitario, sean éstas federaciones nacionales o asociaciones locales, estimó que las propuestas recogidas de los grupos de trabajo son de gran utilidad para sustentar un programa nacional y a nivel de toda América Latina. La OIT difundirá su contenido y tratará de suscitar el interés de los donantes en financiar un programa de fortalecimiento institucional y de formación de recursos humanos en este ámbito.

Concluyó dirigiéndose a los representantes comunitarios para afirmar que en la OIT tienen a su mejor aliado por ser depositaria de los Convenios 169 y 107, y por desempeñar un papel sustantivo en la promoción de sus derechos económicos, culturales y laborales, enfatizando los derechos colectivos sobre sus tierras y territorios. Esta labor es crucial en un continente que vive momentos políticos decisivos para el reconocimiento y el ejercicio real de dichos derechos.

Valentín Quispe (Perú) en representación de los miembros de REDTURS agradeció la invitación del gobierno de Bolivia, por conducto del Viceministro de Turismo, y a Carlos



Maldonado de la OIT. Alentó a los compañeros y compañeras representantes del turismo comunitario a colaborar más estrechamente, intercambiando información y conocimientos resultantes de las experiencias de cada país. Manifestó la necesidad de continuar trabajando en forma organizada en los pueblos y comunidades de las diferentes regiones de los países participantes, haciendo respetar sus tierras originarias. Terminó agradeciendo al Presidente de Bolivia, el compañero Evo Morales, por su fraternal acogida, y resaltó su ejemplo para todo el continente.

Ruperto Vidal, en representación de la Red de Turismo Solidario Comunitario (TUSOCO) manifestó su deseo de que los participantes se lleven el mejor recuerdo de Bolivia: el encuentro con las comunidades y el aprendizaje de sus experiencias. Resaltó la necesidad de trabajar más estrechamente con los otros emprendimientos a nivel latinoamericano.

Jorge Samayoa (Guatemala) señaló que durante los tres años que se ha venido otorgando apoyo y seguimiento al turismo comunitario en su país, se ha avanzado mucho en posicionarlo en el mercado y en incidir con propuestas a las instancias políticas con poder de decisión. Años atrás, muchas personas trataban el tema como una utopía; pero hoy cuando uno visita esos destinos y ve el resultado de los esfuerzos y el desempeño de la gente, se convence de que es una realidad estimulante. Afirmó haber apreciado y aprendido mucho de las exposiciones realizadas por el sector público y las organizaciones locales de base. Alentó a los líderes del turismo comunitario a proseguir trabajando en la construcción de puentes de unión entre nuestros pueblos.

Ricardo Cox, Viceministro de Turismo de Bolivia, agradeció la presencia de los representantes del turismo comunitario de América Latina y a Carlos Maldonado, por el apoyo a la organización del evento. Afirmó haber tenido el honor de compartir los desafíos de las comunidades y sus aspiraciones a una mejor interrelación gubernamental: Resaltó el empeño de su gobierno por fortalecer dichas iniciativas de turismo: nuestra misión, dijo, es facilitar los vínculos y la comunicación para ampliar un movimiento que se origina en lo más profundo de las culturas autóctonas. El turismo comunitario es una de las expresiones de la emergencia de los movimientos sociales latinoamericanos para encontrarse a sí mismos, por dar a conocer, valorar y preservar las maravillas de su patrimonio cultural; es una propuesta alternativa para el presente y para el futuro.

La presencia de los representantes de 13 países y 16 federaciones nacionales, regionales y locales de turismo comunitario es el reflejo de un proceso genuino e imparable que está generando esperanza en nuestra región. Es un proceso que nace de la necesidad de las clases oprimidas, de los pueblos originarios y las comunidades campesinas. En nuestra historia han sido excluidos, discriminados y echados a menos; este proceso emergente brota desde lo más profundo para afirmar la presencia de dichos pueblos en la vida social, económica y política del continente.

Eventos como el presente permiten la interrelación entre los pueblos originarios y evidencian la existencia de una misma raíz, un mismo pueblo, un mismo horizonte de paz y de armonía con la naturaleza y con el hombre, basado en su cosmovisión, en su cultura holística, en su visión integradora. Señaló que sus territorios son ellos mismos, son sus culturas, sus formas de ver, de organizarse y de gestionar; sus formas de ser en cuanto a cultura, historia y tradiciones, medicina tradicional, arte indígena y toda esa esencia maravillosa que refleja un origen perdido, en un mundo cada vez más desquiciado por el individualismo, el artificialismo, el autoritarismo.

Explicó la importancia de continuar trabajando en varias dimensiones: fortalecer el rol del Estado y de las políticas públicas implica que el turismo sea visualizado como una política nacional, una política de los gobiernos locales y latinoamericanos. El turismo no se construye desde un sector, desde un solo ministerio; debe ser el resultado de una acción intersectorial, pues tiene que ver con infraestructura, servicios básicos, gestión ambiental y

cultural, educación y comunicación. De esta concepción se deriva un rol descollante del Estado como impulsor de su desarrollo.

La visión territorial, desde la geografía del turismo, concibe a la actividad turística no como un negocio lineal, sino como fenómeno que debe incorporar y expresar la visión de los pueblos indígenas. No se puede concebir una cultura sin su territorialidad; las dos han de ser fortalecidas gracias a la planificación, al ordenamiento y a la gestión territorial, al control y monitoreo permanentes. Por ello, se ha de garantizar la participación de todos los actores; desde el territorio comunitario hay que ir articulando propuestas, consensuando prioridades y concertando decisiones de planificación con los municipios, las mancomunidades, los departamentos, la nación entera.

Recalcó que la función del Estado, de la cooperación internacional y las entidades de apoyo es fortalecer, consolidar y ampliar este modelo emergente de turismo sostenible, auténtico y original. En este contexto, las propuestas de los talleres de articular los sectores e intensificar las relaciones entre redes locales, nacionales y regionales cobran pleno sentido, para sumar esfuerzos y lograr economías de escala que permitan concretar avances significativos.

Agradeció a la OIT que, en el marco de la aplicación del Convenio núm. 169, ha propiciado y está propiciando, no solamente la consolidación territorial, sino la gestión autónoma de los territorios. El turismo es uno de los elementos fundamentales en esta perspectiva.

Cuando uno recorre los territorios de Bolivia y sus comunidades, se da cuenta que el turismo es la industria con potencial para facilitar su plena incorporación a la economía y alcanzar mayor competitividad en la generación de riqueza, valorando los recursos naturales y culturales. Es por eso que el Gobierno del Presidente Evo Morales designó al turismo como uno de los motores de la lucha contra la pobreza y la generación de ingresos. El mandato presidencial y las aspiraciones del pueblo boliviano convergen en el turismo; este hecho se ha plasmado en una política favorable al desarrollo de la iniciativa comunitaria en este ámbito.

Sin embargo, no hay que subestimar las dificultades; habrá que transitar por el arduo camino del mercado y librar una lucha permanente con los intereses dominantes. Lo más importante es que las comunidades no se sientan solas en sus afanes: compartimos una visión y un desafío, y por eso celebramos este V Encuentro Regional. Pidió disculpas a las comunidades del Oriente por no haber podido realizar el evento en esa región, debido a razones ajenas a su voluntad.

Agradeció a la cooperación española por el apoyo para llevar adelante el compromiso regional, dando satisfacción a las legítimas aspiraciones de las comunidades a comunicar directamente entre ellas, para plasmar sus acciones conjuntas en frutos maduros para el próximo encuentro en Guatemala, donde se marcará un nuevo hito en el desarrollo del turismo comunitario.

Concluyó refiriéndose al compromiso que nos vincula a todos los participantes, y citando al gran poeta Pablo Neruda, que expresó: “Tengo un pacto de amor con la hermosura y tengo un pacto de sangre con mi pueblo”. Nuestro pacto son ustedes; el turismo comunitario es nuestro compromiso.

## ANEXO 1

### Red de Turismo Sostenible Comunitario de América Latina (REDTURS): V Encuentro Consultivo a comunidades

**La Paz, Bolivia: 14-18 de mayo 2007**

#### PROGRAMA DE ACTIVIDADES

<b>SABADO 12 Y DOMINGO 13 MAYO</b>	Llegada y bienvenida a los representantes de las organizaciones comunitarias e instituciones participantes en el aeropuerto por el Viceministerio del Turismo de Bolivia. Instalación en el Hotel CALACOTO (referencias al fin del Programa).
--	---

#### PRIMERA PARTE: VISITA A COMUNIDADES

<b>LUNES 14 MAYO</b>	Visita e intercambio de experiencias con la comunidad turística de <b>TOMARAPI</b> , Departamento de Oruro, (3.5 horas de viaje en bus). Programa especial con la comunidad. Noche en Tomarapi en el albergue comunitario y en pequeños hoteles.
<b>MARTES 15 MAYO</b>	Visita e intercambio de experiencias con la comunidad turística de <b>RÍO LAUCA</b> , Departamento de Oruro (1.5 horas de viaje en bus). Programa especial con la comunidad. Retorno a La Paz a las 17H00.

#### SEGUNDA PARTE: TALLERES

<b>MIÉRCOLES 16 MAYO</b>	
<b>MAÑANA</b>	
<b>SESIÓN INAUGURAL DEL EVENTO</b>	
<b>8:30-9:00</b>	Inscripción de los participantes.
<b>9:00-9:10</b>	Intervención del Sr. Gabriel FERNÁNDEZ, representante del Comité Impulsor de Emprendimientos y Organizaciones Sociales vinculadas al turismo comunitario de Bolivia.
<b>9:10-9:20</b>	Intervención del Sr. Ruperto VIDAL, Presidente de la Red Boliviana de Turismo Solidario Comunitario (TUSOCO).
<b>9:20-9:30</b>	Intervención del Sr. Carlos Maldonado, representante de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).
<b>9:30-9:40</b>	Intervención del Dr. José Ricardo COX, Viceministro de Turismo de Bolivia.
<b>9:40-9:50</b>	Inauguración del evento a cargo de la Ministra de Producción y Microempresa del Gobierno de Bolivia, Sra. Celinda Sosa Lunda.
<b>9:50-10:10</b>	<b>PAUSA REFRIGERIO</b>
<b>10:10-10:30</b>	Programa y organización del evento. Servicios de REDTURS a sus miembros: avances y perspectivas. Carlos MALDONADO, OIT, Coordinador de REDTURS.
<b>Bloque temático 1: Gobiernos locales y turismo comunitario</b>	
<b>10:30-11:00</b>	Proceso de descentralización, gobiernos locales, mancomunidades y turismo en <b>Bolivia</b> . Dr. Ricardo COX, Viceministro de Turismo.
<b>11:00-11:30</b>	Los Comités de Autogestión Turística, la experiencia de <b>Guatemala</b> . Lic. Jorge Mario SAMAYOA, Jefe de la Sección de Patrimonio Natural, Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT).
<b>11:30-12:00</b>	Promoción de la Red Provincial de Turismo Rural de Base Comunitaria de Jujuy. Secretaría de Turismo y Cultura de la Provincia de Jujuy, <b>Argentina</b> . Lcda. Sandra OLMOS, Coordinadora de la Red.
<b>12:00-12:30</b>	Procesos participativos de desarrollo turístico en la región indígena Chiquitana. Sr. Angel SUMAMI, Alcalde de San Antonio de Lomerío, Provincia de Chiquitos, Santa Cruz, <b>Bolivia</b> .
<b>12:30-14:00</b>	<b>ALMUERZO</b>

<b>TARDE</b>	
<b>14:00-16:00</b>	<p>Conformación de los grupos de trabajo</p> <p><b>TRABAJO EN GRUPOS:</b></p> <p>* <i>Grupo 1: Planificación:</i> Qué principios deben aplicar los gobiernos locales para garantizar un proceso de planificación participativo del turismo y un papel más decisivo de las comunidades rurales en el mismo?</p> <p>* <i>Grupo 2: Gestión:</i> Qué orientaciones proponen las comunidades a la autoridad municipal para que la gestión del turismo preserve y valore su patrimonio cultural, natural y social?</p> <p>* <i>Grupo 3: Políticas:</i> Qué medidas ha de aplicar un gobierno local para facilitar el ejercicio del turismo comunitario y qué incentivos ha de ofrecer para un mayor acceso a los beneficios económicos?</p> <p>* <i>Grupo 4: Infraestructura y servicios:</i> Qué servicios debería brindar un municipio para que los destinos turísticos gestionados por comunidades mejoren su calidad y su competitividad?</p> <p>* <i>Grupo 5: Alianzas:</i> Qué formas de cooperación y qué acuerdos institucionales deberían alentar las redes locales de turismo comunitario con los gobiernos municipales (y otros actores, como la empresa privada y las ONG), para que sus proyectos alcancen el éxito deseado?</p>
<b>16:00-16:30</b>	<b>PAUSA REFRIGERIO</b>
<b>16:30-18:00</b>	<b>Plenaria:</b> Presentación de resultados y propuestas de cada grupo. Debate y conclusiones.

<b>JUEVES 17 MAYO</b>	
<b>MAÑANA</b>	
<b>Bloque temático 2: Códigos de Conducta para el Turismo Comunitario de América Latina</b>	
<b>9:00-9:20</b>	Presentación del documento " <i>Directrices para códigos de conducta del Turismo Comunitario</i> ". Aresio VALIENTE, Abogado del Congreso KUNA, Panamá.
<b>9:20-10:00</b>	Debate y aprobación del documento por las organizaciones campesinas e indígenas participantes.
<b>Bloque temático 3: Federaciones Nacionales de Turismo Comunitario</b>	
<b>10:00-10:30</b>	Perfil y dinámicas de las organizaciones de turismo comunitario de América Latina (encuesta OIT). Carlos MALDONADO y Alvaro RAMÍREZ, SEED, OIT.
<b>10:30-11:00</b>	<b>PAUSA REFRIGERIO</b>
<b>11:00-11:30</b>	<b>RITA:</b> Red Indígena de Turismo Alternativo de México. Cecilio SOLIS, Presidente.
<b>11:30-12:00</b>	<b>FENATUCGUA:</b> Federación Nacional de Turismo Comunitario de Guatemala. Juan de la CRUZ, Vocal en la Junta Directiva.
<b>12:00-12:30</b>	<b>RENITURAL:</b> Red Nicaragüense de Turismo Rural. Harold RAMOS, Presidente.
<b>12:30-14:00:</b>	<b>ALMUERZO</b>
<b>TARDE</b>	
<b>14:00-14:30</b>	<b>ACTUAR:</b> Asociación Costarricense de Turismo Rural Comunitario. Víctor PEREZ, Presidente.
<b>14:30-15:00</b>	<b>COOPRENA:</b> Red de Turismo Rural Comunitario de Costa Rica. Viviana GUTIERREZ, Coopeortega.
<b>15:00- 15:30</b>	<b>FEPTCE:</b> Federación Plurinacional de Turismo Comunitario de Ecuador. Galo VILLAMIL, Presidente.
<b>15:30-16:00</b>	<b>PAUSA REFRIGERIO</b>
<b>16:00- 16:30</b>	<b>TUSOCO:</b> Red Boliviana de Turismo Solidario Comunitario. Ruperto VIDAL, Presidente.
<b>17:00-18:00:</b>	<b>TURISOL:</b> Red Brasileña de Turismo Solidario Comunitario. René SCHÄRER, Coordinador.

<b>18:00-18:30</b>	Asociación de Turismo Vivencial Comunidad Raqchi, <b>Perú</b> . Humberto RODRIGUEZ, Presidente.
<b>VIERNES 18 MAYO</b>	
<b>MAÑANA</b>	
<b>Bloque temático 4: Redes Locales de Turismo Comunitario</b>	
<b>9:00-9:30</b>	MUTU: Red de Turismo Comunitario Garifuna, <b>Honduras</b> . Teresa REYES, Presidenta.
<b>9:30-10:00</b>	KAÍ ECOTRAVEL: Operador Turístico Comunitario, <b>Colombia</b> . Rocío BARROS, Coordinadora.
<b>10:00-10:30</b>	Red de Turismo Campesino Valles Calchaquíes, Salta, <b>Argentina</b> . Javier Robustiano FRIAS, Comisión Coordinadora.
<b>10:30-11:00</b>	<b>PAUSA REFRIGERIO</b>
<b>11:00-11:30</b>	Red de Parques Comunitarios Mapu Lahual, <b>Chile</b> . Pailalef Jorge LOY, Secretario, Asociación Mapu Lahual.
<b>11:30-12:00</b>	Comunidad Llachón, Lago Titicaca, <b>Perú</b> . Valentín QUISPE, Presidente.
<b>12:00-12:30</b>	SENDA SUR: Red de Turismo de Chiapas Ecotours y Etnias, <b>México</b> . Rodolfo CHAN BOR YUK, Comité de Vigilancia, Chiapas.
<b>12:30-14:00</b>	<b>ALMUERZO</b>
<b>TARDE</b>	
<b>14:00-16:00</b>	Conformación de los grupos de trabajo <b>TRABAJO EN GRUPOS:</b>  * <i>Grupo 1: Fortalecimiento institucional:</i> Planificación estratégica; fortalecimiento organizativo y liderazgo para la gestión sostenible del turismo comunitario.  * <i>Grupo 2: Desarrollo empresarial:</i> competencias para la gestión administrativa y gerencial de negocios; habilidades técnicas para operar servicios turísticos de calidad.  * <i>Grupo 3: Mercadeo y comercialización:</i> canales de distribución, promoción y mercadeo asociativos; información de mercados y enlaces comerciales nacionales e internacionales.  * <i>Grupo 4: Financiamiento:</i> crédito para las operaciones turísticas comunitarias, vinculación con fondos cooperativos, cajas municipales y líneas comerciales.  * <i>Grupo 5: Gestión sostenible:</i> control integral de impactos sobre la sostenibilidad comunitaria; conservación y revitalización del patrimonio; socialización del aprendizaje.
<b>16:00-16:30</b>	<b>PAUSA REFRIGERIO</b>
<b>16:30-17:30</b>	<b>Plenaria:</b> Presentación de resultados y propuestas de cada grupo. Debate y conclusiones. Definición de los temas para el <b>VI Encuentro regional de REDTURS</b>
<b>17:30-18:00:</b>	<b>RECESO</b>
<b>SESIÓN DE CLAUSURA DEL EVENTO</b>	
<b>18:00-18:20</b>	Agradecimiento por un representante de REDTURS (delegaciones). Intervención de un representante del turismo comunitario de Bolivia. Palabras del representante de la OIT. Mensaje del representante del país anfitrión del <b>VI Encuentro regional de REDTURS</b> . Lic. Jorge Mario SAMAYOA, INGUAT, Guatemala.
<b>18:20-18:30</b>	Clausura del evento por el Sr. Viceministro de Turismo de Bolivia.
<b>18:30:</b>	<b>Programa especial de despedida: etnias y folklore boliviano</b>



## ANEXO 2

### Lista de participantes al V Encuentro de REDTURS

	Representante	País / Región procedente	Organización	Teléfonos e-mail
1	Cecilio Solís Librado	México	Presidente de RITA (Red Indígena de Turismo Alternativo de México)	(55)(01) 5653-6871; 5842-5223 <a href="mailto:red_indigenadeturismo@yahoo.es">red_indigenadeturismo@yahoo.es</a>
2	Rodolfo Chan – Bor Yuk	México	Comité de Vigilancia de Chiapas SENDA SUR	(52) 967-678-3909 <a href="mailto:info@sendasur.com">info@sendasur.com</a>
3	Juan De la Cruz Jucaqui	Guatemala	Vocal de la Junta Directiva FENATUCGUA Federación Nacional de Turismo Comunitario de Guatemala	(502) 5787-9075 <a href="mailto:lola@aktenamit.org">lola@aktenamit.org</a>
4	Teresa Reyes Reyes	Honduras	Presidenta de la Red MUTU Red de Turismo Comunitario Garifuna	(504) 443-2492 <a href="mailto:red_mutu@yahoo.com">red_mutu@yahoo.com</a>
5	Harold Ramos Orozco	Nicaragua	RENTURAL Red Nicaragüense de Turismo Rural Comunitario	(505) 522-5979 <a href="mailto:haroldramos74@yahoo.com">haroldramos74@yahoo.com</a>
6	Víctor Pérez Mora	Costa Rica	ACTUAR Asociación Costarricense de Turismo Rural Comunitario	(506) 223-8509 / 248-9470 Celular (506) 843-8465 <a href="mailto:info@actuarcostarica.com">info@actuarcostarica.com</a>
7	Leyla Solano Pacheco	Costa Rica	Gerente COOPRENA COMPRESA Red de Turismo Rural Comunitario de Costa Rica	(506) 651-8165; (506) 290-8646 <a href="mailto:cooprena@racsaco.cr">cooprena@racsaco.cr</a>
8	Aresio Valiente	Panamá	Abogado del Congreso KUNA	Of. (507) 263-1970 / 264-6529 Casa: (507) 212-3499 Celular: (507) 6654-0428 <a href="mailto:diwigdi@yahoo.com">diwigdi@yahoo.com</a>
9	Rocio Barros Pushaina	Colombia	Coordinadora de la Red Local Kai Ecotrael	Móvil 3126234072 <a href="mailto:info@kaiecotrael.com">info@kaiecotrael.com</a> <a href="mailto:Kai_ecotravel@hotmail.com">Kai_ecotravel@hotmail.com</a> <a href="http://www.kaiecotrael.com">www.kaiecotrael.com</a>
10	Galo Villamil	Ecuador	Presidente de la FEPTCE Federación Plurinacional de Turismo Comunitario de Ecuador	(5932) 2509-907 / 2509-909 <a href="mailto:directivafeptce@yahoo.es">directivafeptce@yahoo.es</a>
11	Humberto Rodriguez	Perú	Comunidad Raqchi Asociación de Turismo Vivencial	(51) 849-686-930
12	Valentín Quispe	Perú	Comunidad de Llachón	(51) 519-821-392 / 519-752 -227 <a href="mailto:llachón@yahoo.com">llachón@yahoo.com</a> <a href="mailto:aaldoradin@mincetur.gob.pe">aaldoradin@mincetur.gob.pe</a>
13	René Schärer	Brasil	Coordinador de la RED TURISOL Red Brasileña de Turismo Solidario Comunitario	(55) 85 – 3378-2211 <a href="mailto:fishnet@uol.com.br">fishnet@uol.com.br</a>
14	Jorge Loy Pailalef	Chile	Secretario de la Asociación Mapu Lahual Red de Parques Comunitarios Mapu Lahual	(56) (64) 212- 737 <a href="mailto:mapu@surnet.cl">mapu@surnet.cl</a>
15	Marta Lorenzi Villegas	Chile	Coordinadora de proyectos comunitarios en CAMINA 2	(56) (2) 222-6982 <a href="mailto:mlorenzini@gmail.com">mlorenzini@gmail.com</a>
16	Javier Frias Robustiano	Argentina	Miembro de la Comisión Coordinadora de la Red de Turismo Campesino de los Valles Calchaquíes, Salta	(54) 3868-1545-5127 <a href="mailto:ventasred@turismocampesino.org">ventasred@turismocampesino.org</a>
17	Sandra Mónica Olmos	Argentina	Coordinadora de la Red Provincial de Turismo Rural de Base Comunitaria de Jujuy Secretaría de Turismo y Cultura de la Provincia de Jujuy	(54) 388-426-3170 <a href="mailto:turismocomunitario@jujuy.gov.ar">turismocomunitario@jujuy.gov.ar</a> <a href="mailto:sandraolmos02@yahoo.com.ar">sandraolmos02@yahoo.com.ar</a>
18	Ramiro Ragno	Argentina	Coordinador de la Red Calchaquí	(54) 387-436-3269 <a href="mailto:ramioragno@yahoo.com.ar">ramioragno@yahoo.com.ar</a>

19	Jorge Mario Samayoa	Guatemala	Jefe de la Sección de Patrimonio Natural Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT)	(502) 2421-2861 <a href="mailto:jsamayoa@inguat.gob.gt">jsamayoa@inguat.gob.gt</a>
20	Carlos Maldonado	Suiza	Coordinador General REDTURS Desarrollo de Pequeñas Empresas (SEED) OIT, Ginebra	(41) 22 799-6837 <a href="mailto:maldonado@ilo.org">maldonado@ilo.org</a>
21	Alvaro Ramírez	Suiza	Desarrollo de Pequeñas Empresas (SEED) OIT, Ginebra	(41) 22 799-6845 <a href="mailto:ramirez-bogantes@ilo.org">ramirez-bogantes@ilo.org</a>
22	Feliz Quenta	La Paz - Bolivia	Albergue Comunitario Kala Pucara	72536943 <a href="mailto:felixquenta@yahoo.es">felixquenta@yahoo.es</a>
23	Rodolfo Machaca Yupanqui	La Paz - Bolivia	Federación Dptal. de Trabajadores de Pesqueros y Turismo del Lago Titicaca	
24	Fernando Nay Rada	La Paz - Bolivia	San Miguel del Bala	8922394
25	Madrid Quito Divico	La Paz - Bolivia	San Miguel del Bala	
26	Ramiro Arguedas Calderón	La Paz - Bolivia	Ecoturismo Comunitario Qala Uta	71981779 <a href="mailto:qalauta@gmail.com">qalauta@gmail.com</a>
27	Edmundo Layme	La Paz - Bolivia	Khotia Utama	71912668 <a href="mailto:khotiauta@hotmail.com">khotiauta@hotmail.com</a>
28	Zenon Limaco	Beni - Bolivia	Empresa Indígena de Comercialización Eslabón	38922419
29	Abraham Mamani Paco	La Paz - Bolivia	Ecoturismo Tacaso	71236213 <a href="mailto:tacasoam@yahoo.es">tacasoam@yahoo.es</a>
30	Cesar Justino Calcina	Potosí - Bolivia	Emprendimiento Nuestras Raíces	72425601
31	Lorenzo Condori Pinto	Oruro - Bolivia	Albergue Tomarapi	<a href="mailto:ecotomarapi@hotmail.com">ecotomarapi@hotmail.com</a>
32	Humberto Marka Cruz	Oruro - Bolivia	Río Lauca Ecoturismo Comunitario	
33	Flavio Choque Lázaro	Oruro - Bolivia	Río Lauca Ecoturismo Comunitario	71253323
34	Juan Caballero	Oruro - Bolivia	Tata Sajama	
35	Anastasio Huanca Sarsuri	Tarija - Bolivia	Ecoturismo Comunitario San Pedro de Sola	66375223
36	Eloy Salazar	Santa Cruz – Bolivia	La Chonta	
37	René Callisaya	Bolivia	Asociación Comunitario Ecoturismo Urpuma	71958771
38	Justina Castro Carvajal	Bolivia		76435644
39	Alex Villca Limaco	La Paz - Bolivia	Albergue Ecológico Chalachán	<a href="mailto:info@chalalan.com">info@chalalan.com</a>
41	Juan Carlos Pesoa García	Santa Cruz – Bolivia	Asociación de Guías de Turismo Concepción	76086180
42	Angel Sumami	Santa Cruz – Bolivia	San Antonio de Lomerio	76047203
43	Julio Saavedra	Bolivia	Kawsay Wasi	71789408 – 71749970
44	Ruperto Vidal Callisaya	Bolivia	RED TUSOCO	71438004
45	Clemente Pivin	Bolivia	RED TUSOCO	
46	Humberto Chipunavi	Beni - Bolivia	Turismo Ecológico Social	
47	Juan Carlos Iporre	Beni - Bolivia	Agroecoturismo El Cebú	73564570
48	José Caimani Josesito	Beni - Bolivia	Mapajo Ecoturismo Indígena	71702204
49	Oswaldo Hurtado Villca	Potosí - Bolivia	Emprendimiento Turístico Comunal San Juan del Rosario	026-137232
50	Gabriel Fernández	Bolivia	Comité Nacional de Emprendimientos y Organizaciones Sociales vinculadas Turismo Comunitario	2815980
51	Guido Rodríguez Flores	Bolivia	Asociación de Riego y Servicios Punata	<a href="mailto:arsp_perla@hotmail.com">arsp_perla@hotmail.com</a>



## Documentos de Trabajo de Empleo

2008

- 1 Challenging the myths about learning and training in small and medium-sized enterprises: Implications for public policy  
*David Ashton, Johnny Sung, Arwen Raddon y Trevor Riordan*
- 2 Integrating mass media in small enterprise development: Current knowledge and good practices  
*Gavin Anderson; editado por Karl-Oskar Olming y Nicolas MacFarquhar*
- 3 Recognizing ability. The skills and productivity of persons with disabilities. Literature review  
*Tony Powers*
- 4 Offshoring and employment in the developing world: The case of Costa Rica  
*Christoph Ernst y Diego Sanchez-Ancochea*
- 5 Skills and productivity in the informal economy  
*Robert Palmer*
- 6 Challenges and approaches to connect skills development to productivity and employment growth: India  
*C.S. Venkata Ratnam y Arvind Chaturvedi*
- 7 Improving skills and productivity of disadvantaged youth  
*David H. Freedman*
- 8 Skills development for industrial clusters: Preliminary review  
*Marco Marchese y Akiko Sakamoto*
- 9 The impact of globalization and macroeconomic change on employment in Mauritius: What next in the post-MFA era?  
*Naoko Otake*
- 10 School-to-work transition: Evidence from Nepal  
*New Era*
- 11 A perspective from the MNE Declaration to the present: mistakes, surprises and newly important policy implications  
*Theodore H. Moran*
- 12 Gobiernos locales, turismo comunitario y sus redes – Memoria V Encuentro consultivo regional (REDTURS)

**Se puede encontrar una lista de los documentos de trabajo previamente publicados en: <http://www.ilo.org/employment>**



# Sector del Empleo

**Para más información visite nuestro sitio web:**

<http://www.ilo.org/employment>

Oficina internacional del trabajo  
Sector del empleo  
4, route des Morillons  
CH-1211 Ginebra 22

Email: [edempdoc@ilo.org](mailto:edempdoc@ilo.org)