

TENDENCIAS

DEL TURISMO EN

LATINOAMÉRICA

Beatriz Helena Díaz-Solano
Tomás Cuevas Contreras
(Editores)



TENDENCIAS DEL TURISMO EN LATINOAMÉRICA

Beatriz Helena Díaz-Solano
Tomás Cuevas Contreras
(Editores)



Catalogación en la publicación. Universidad Autónoma del Caribe.
Departamento de Biblioteca.

Tendencias del turismo en Latinoamérica / Editado por, Beatriz Helena Díaz-Solano y Tomas Cuevas-Contreras. - Barranquilla, Sello Editorial Uniautónoma, AMIT, 2016.

300 páginas. : Ilustraciones.

Incluye bibliografía.

ISBN 978-958-5431-119

1. Competitividad turística 2. Innovación turística 3. Turismo ambiental -- I. Díaz-Solano, Beatriz Helena - II. Cuevas-Contreras, Tomas -- Tit..

CDD: 338.4791 T291

Tendencias del turismo en Latinoamérica

Universidad del Atlántico, 2018
Barranquilla, Col.

Editado por, Beatriz Helena Díaz-Solano y Tomas Cuevas-Contreras.
2018

© Editorial Uniautónoma, 2018

Director de Publicaciones Científicas: Guillermo Mejía Mendoza
Coordinador de Publicaciones Científicas: Adalberto Bolaño Sandoval
Diseño y Diagramación: Carlos Colonna Ortega

Hecho en Colombia

© Reservados todos los derechos.

Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra, sea cual fuere el medio, sin la anuencia por escrito del titular de los derechos.



TENDENCIAS

DEL TURISMO EN

LATINOAMÉRICA

Beatriz Helena Díaz-Solano
Tomás Cuevas Contreras
(Editores)



ARBITROS

INVESTIGADORES	INSTITUCIÓN
Dra. Elisa Guillen Arguelles	Instituto Tecnológico de Cancún
Mtro. Ricardo Verjan Quiñones	Universidad Autónoma de Baja California
Dra. Carolina Gómez Hinojosa	Universidad Autónoma de Chiapas
Mtra. Elsa Aranda Pastrana	Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
Dr. Francisco Bribiescas Silva	
Dr. Tomás Cuevas Contreras	
Dra. Ercilia Loera Anchondo	
Dr. Jaime Romero González	
Mtro. Jesús Urrutia De la Garza	
Mtra. Ana Valero Quezada	
Dra. Isabel Zizaldrá Hernández	Universidad Autónoma de Guerrero
Dr. Hernando Aviléz Pineda	
Dr. Carlos Mario Amaya Molinar	Universidad de Colima
Dr. Eduardo Gutiérrez Medina	Universidad de Quintana Roo
Dra. Lucinda Arroyos Arcos	
Dr. Juan Carlos Robledo Fernández	
Dr. Rodrigo Espinoza Sánchez	Universidad de Guadalajara
Dr. Edmundo Andrade Romo	
Dr. Paulino Jiménez Baños	Universidad Autónoma de Aguascalientes
Dr. Ismael Rodríguez Herrera	

LIBRO

Dr. Dani Blasco Franch	Universitat de Girona (España)
Dr. José Gabriel Ruiz Andrade	Universidad Autónoma de Baja California

Comité Científico Evaluador AMIT

ÍNDICE

Prólogo

Introducción

1ª SECCIÓN, COMPETITIVIDAD

CAPÍTULO 1

La competitividad turística de acuerdo con reportes nacionales e internacionales: el caso del Caribe mexicano.

Ana Priscila Sosa Ferreira.

CAPÍTULO 2

La innovación todavía es un reto de competitividad para el destino turístico de México: la sistematización de las competencias cualitativas.

Irma Magaña Carrillo.

CAPÍTULO 3

Panorama general de las empresas indígenas de turismo de naturaleza en México.

Gustavo López Pardo y Bertha Palomino Villavicencio.

CAPÍTULO 4

Integración de las Tecnologías de información y Comunicación (TIC's) en la competitividad de destinos turísticos: El caso de Mazatlán, Sinaloa.

María Aida Santillán Núñez, Mónica Velarde Valdez y Kennedy Magio Obombo.

CAPÍTULO 5

Contexto fronterizo de actores de agencias de viajes: Caso Ciudad Juárez Chihuahua México - El Paso Texas, Estados Unidos.

Tomás J. Cuevas Contreras y Ana María Valero Quezada.

CAPÍTULO 6

Lengua, tecnología y percepción como factores en la formación de profesionistas bilingües para la operación turística.

Ercilia Loera Anchondo, Tomás Jesús Cuevas Contreras y Elva Deida Perea Irigoyen

2ª SECCIÓN, SUSTENTABILIDAD TURÍSTICA

CAPÍTULO 7

El paisaje como recurso turístico en el área natural protegida del cañón de Santa Elena, Chihuahua, México.

Rosa Suárez Chaparro.

CAPÍTULO 8

Zonificación ambiental turística de la zona costera del departamento del Atlántico-Colombia.

Ciro Ángel Parrado, Yeimi Fernanda López Mejía y Jina Marcela Mendoza Lozano

CAPÍTULO 9

Génesis y Evolución de turismo médico en Ciudad Juárez, Chihuahua, México.

María Teresa Martínez Almanza, Jaime Guía Julve y Carles Serra Salame.

CAPÍTULO 10

Percepción del desarrollo turístico en Cozumel bajo la óptica de la herramienta de experiencias de vida.

Yesica Sánchez Gonzales, Rodrigo Espinoza Sánchez y Alejandro Palafox Muñoz.

CAPÍTULO 11

Organizaciones de productores y turismo rural sustentable: una perspectiva teórico - metodológico.

Marisa Gutiérrez Estrada, Peter R.W. Gerritsen.

3ª Sección, Circuitos y recorridos.

3ª SECCIÓN, CIRCUITOS Y RECORRIDOS

CAPÍTULO 12

Circuitos turísticos: perspectiva de los productos turísticos ofertados por agencias de viajes a través de internet.

Carlos Raymundo Balderas Elorza.

CAPÍTULO 13

La gastronomía del sur del Estado de México y algunas alternativas para su aprovechamiento turístico.

Felipe Carlos Viesca Gonzales, Brizza Olalla Martínez Benítez y Baciliza Quintero Salazar.

CAPÍTULO 14

Red turística patrimonial: Una dimensión sociocultural de las Misiones entre los Destinos de Ciudad Juárez, Chihuahua - El Paso, Texas.

Isabel Zizaldrá Hernández, Carolina Gómez Hinojosa y Rafael Covarrubias Ramírez.

ANEXOS

CAPÍTULO 3

Las empresas indígenas de turismo de naturaleza en México. Un panorama inicial

Gustavo López Pardo
Bertha Palomino Villavicencio

Introducción

En los últimos años, el turismo de naturaleza ha emergido como una opción viable para revalorar el patrimonio cultural y natural presente en las comunidades rurales e indígenas a fin de promover un desarrollo sustentable, mejorar sus condiciones de subsistencia y, a la par, contribuir a la conformación de capital social comunitario. Este proceso se inicia durante la década de 1980 como respuesta a la crisis del modelo de turismo convencional fordista de sol y playa, y al surgimiento de un nuevo tipo de turista mejor informado, con una serie de hábitos y valores relacionados con el tema de la conservación ecológica y que buscaba un mayor contacto con las sociedades locales. La demanda de nuevos productos turísticos alternativos que permitieran experimentar experiencias con una fuerte carga de autenticidad, tuvo un enorme crecimiento durante la década de 1990. Por ello se empezaron a difundir y promocionar ampliamente los nuevos destinos y productos bajo la denominación de turismo sustentable¹. En México, como en otros países, el turismo de Naturaleza se incorpora al discurso gubernamental bajo el argumento de que además de diversificar la oferta turística puede ayudar a sacar de la pobreza y el rezago social y económico a quienes habitan el espacio rural.

El contexto en el que surge esta actividad en el campo mexicano corresponde a los impactos de la globalización en los territorios rurales que se manifiestan de diversas formas, con la agudización y profundización de la crisis de un campo, cada vez más proletarizado, pobre y en algunos lugares con un franco proceso de desestructuración de su tejido social, en donde las actividades productivas

¹ Para abundar sobre el tema véase López Pardo Gustavo y Palomino Villavicencio Bertha, Coordinadores. Selección de Materiales 2006-2009 diplomado de actualización profesional Turismo para el Desarrollo Sustentable. Una estrategia nacional para el desarrollo económico y conservación ambiental. UNAM, II Ec, México, DF 2010

tradicionales como la agricultura, la ganadería y la pesca a baja escala, cada vez menos aseguran el bienestar de la población mayoritaria. En forma simultánea, se desarrolla una diversificación productiva como estrategia de supervivencia de amplios grupos de la población rural y/o como una estrategia de acumulación por grupos minoritarios de campesinos que cuentan con mayores recursos y posibilidades de insertarse en el mercado con ventajas. Todo lo anterior acompañado de un deterioro y gran presión del capital y de la expansión urbana sobre las riquezas naturales.

La plurifuncionalidad vivida por el campo mexicano es considerada por la corriente analítica de la Nueva Ruralidad como una ventaja para un desarrollo rural sustentable, a partir de la revalorización de los procesos que le dan esencia a estos territorios. Así los bienes y servicios ambientales que proporcionan para la sobrevivencia de la biodiversidad y del propio espacio rural y el mundo urbano; aunados a que son fuente de formas de “ser” y “hacer” las cosas que han mantenido ancestralmente la vida en el planeta, incluyendo la humana; a la existencia de instituciones sociales, económicas y culturales que dan sentido y explicación a la cultura universal globalizada; a que proveen espacios para el contacto y disfrute de la naturaleza, entre otros aspectos, pueden ser oportunidades para impulsar procesos de desarrollo que reactiven o generen nuevas opciones productivas en los territorios rurales, mejoren la calidad de vida de las sociedades y conserven sus riquezas naturales y culturales.

Si bien en el país, el Turismo y particularmente el llamado Naturaleza, desde hace casi veinte años se ha convertido en un mercado emergente para las poblaciones y comunidades rurales, para las comunidades y pueblos indígenas en particular representa una oportunidad inesperada para mejorar sus condiciones de vida y aspirar al desarrollo sobre todo porque la mayoría de estos nuevos destinos se encuentran en sus territorios.

En el Plan Sectorial de Turismo 2007-2012 del gobierno de México, se habla de que “la política turística considerará programas de desarrollo de una amplia gama de servicios turísticos, incluyendo turismo de naturaleza, turismo rural, y turismo de aventura, con la participación de las secretarías y organismos del gobierno federal que apoyan proyectos de desarrollo turístico en zonas rurales e indígenas” (SECTUR, 2007: 33).

En México, la población indígena se encuentra en todas las entidades federativas,

pero se calcula que el 90% de ella vive en las regiones biogeográficas más ricas del país como lo son el trópico húmedo, el trópico seco y las zonas templadas. Es en sus territorios donde se encuentran en mejor estado de conservación los recursos naturales. De acuerdo con los datos del inventario forestal, se calcula que en el territorio nacional existe una extensión arbolada de 109.1 millones de hectáreas, de las cuales 60% se encuentra en municipios indígenas, y casi la tercera parte de la población que habita en las zonas forestales del país es indígena. (CONAFOR, 2004)

Así, del año 2006 a 2012, 16 dependencias gubernamentales canalizaron más de 3 mil 181 millones de pesos (230 millones de dólares) para el desarrollo de la actividad del turismo naturaleza en México². De estos, más de 1,220 millones de pesos fueron aportados por la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (antes el Instituto Nacional Indigenista) para apoyar a 954 proyectos que involucraron a 64,377 indígenas en 24 entidades del país. (López y Palomino 2013)

Metodología

El interés por indagar cómo está configurado el producto turístico de naturaleza en México, especialmente en el ámbito de las poblaciones rurales-indígenas, condujo a la elaboración de un inventario de empresas que recogiera la diversidad de formas de gestión empresarial actualmente existentes en este ámbito de la actividad turística y permitiera conocer la situación que guardan en tanto organizaciones económico-sociales.

Esta investigación fue exploratoria, al no existir antecedente alguno en el país de este tipo de trabajo, y descriptiva porque su objetivo es hacer un caracterizar general de las empresas de turismo naturaleza (TN) y en particular de las empresas de turismo indígenas (ETI) a partir de una serie de atributos. Tomando en cuenta la literatura especializada, se diseñó una cédula de identificación administrativa de las empresas y su producto turístico, además de la base de datos TurNatur para registrar y procesar los siguientes aspectos: figura legal, tipo de propietarios, ubicación, atractivos turísticos, servicios y actividades que ofertan, redes y circuitos turísticos en los que participan, certificaciones con

² Para más información ver el Documento Lineamientos para la asignación de recursos gubernamentales para el desarrollo del turismo naturaleza en comunidades y pueblos indígenas. Proyecto de Investigación "Las empresas comunitarias de turismo de naturaleza: factores de éxito y fracaso" Gustavo López Pardo y Bertha Palomino Villavicencio. Fondo sectorial SECTUR-CONACYT. Instituto de Investigaciones Económicas, Universidad Nacional Autónoma de México. Clave 000000000148201, entregado en el 2013

que cuentan, medidas ambientales que implementan, registro de utilización de internet y redes sociales, así como apoyos recibidos, entre otros.

Para ello se realizó un análisis longitudinal retrospectivo del periodo 2006 al 2012 y se utilizaron las técnicas de investigación de gabinete recurriendo a diversas fuentes de información: documentos, registros de beneficiarios de los programas gubernamentales federales; páginas web de las empresas, de las instituciones gubernamentales, de organizaciones no gubernamentales, así como los informes proporcionados por el Instituto Federal de Acceso a la Información (IFAI). Finalmente, se realizó un tratamiento estadístico descriptivo y se elaboraron los gráficos, algunos de los cuales se presentan.

Resultados

Como resultado de esta actividad, se computaron al inicio 3, 264 registros tanto de empresas privadas y sociales; de organizaciones, grupos e individuos que fueron beneficiados por algún apoyo gubernamental, privado o social para el desarrollo de actividades de turismo naturaleza o que sin tenerlo desarrollan y ofertan dichas actividades.

El procesamiento de esta información permitió en un primer momento tener un panorama general sobre el comportamiento del sector y su evolución histórica a lo largo de más de 20 años, pues los registros tienen una temporalidad que va desde 1996 hasta el 2012 como año de inicio de operaciones o de haber recibido un apoyo económico para la realización de alguna actividad del turismo naturaleza. También nos permitió definir el universo de empresas operando, su propiedad, los participantes, su distribución geográfica, las actividades y servicios que ofertan, etc.

De acuerdo con la Base de Datos TurNatur, los registros de empresas de turismo naturaleza (RETN) se ubican en los 31 estados de la Federación y el Distrito Federal cubriendo la totalidad política administrativa del territorio nacional; a nivel municipal se tienen registros que se ubican en 900 municipios que representan el 36.57% de los 2,461 que da cuenta el catastro municipal nacional. A nivel de localidades involucradas nuestros registros revelan que ha habido incidencia en 2,337 localidades del país. Esta distribución es una muestra de la tendencia que hay sobre el crecimiento de dicha actividad y su importancia no sólo como parte de la diversificación de destinos y productos turísticos en México, sino también como alternativa económica para el espacio rural. (Ver figura 1)

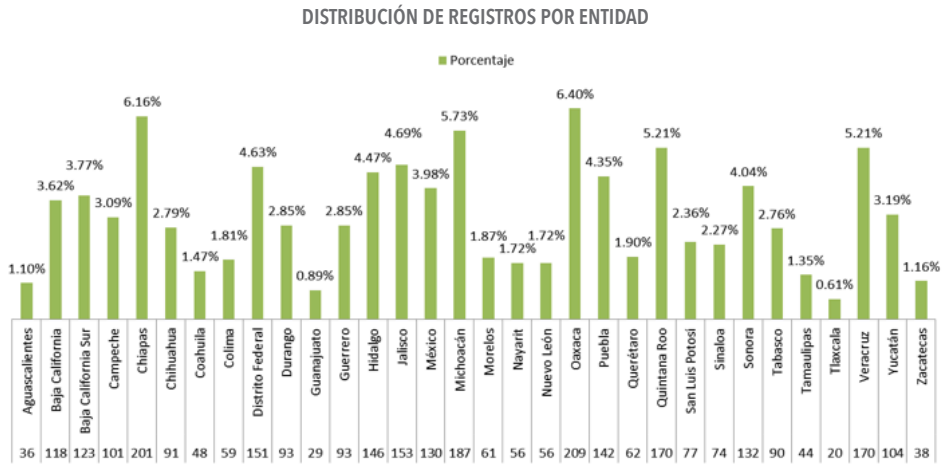


Figura 1.

En términos generales, y en orden de mayor número de concentración de registros se encuentran los estados de: Oaxaca, Chiapas, Michoacán, Quintana Roo, Veracruz, Jalisco, Distrito Federal, Hidalgo, Puebla, y Sonora que en conjunto suman 1,661 RETN y representan el 50.89 % del universo de registros de la Base de datos lo que podría estar marcando una vocación de estas entidades dentro del mercado de turismo de naturaleza en México.

Asimismo, en un nivel intermedio se encuentran aquellas entidades con una representatividad importante, entre las que destacan el Estado de México, Baja California Sur, Baja California, Yucatán, Campeche, Durango, Guerrero, Chihuahua, Tabasco, San Luis Potosí, Sinaloa, y Querétaro, que en conjunto, contabilizan un número de 1,156 de RETN teniendo una representatividad significativa de 35.43% del total del universo computado.

Por otro lado, en contraste con los ejemplos anteriores, tenemos también a los 10 estados con baja concentración de registros, los cuales están representados por Tlaxcala, Guanajuato, Aguascalientes, Zacatecas, Tamaulipas, Coahuila, Nuevo León, Nayarit, Colima y Morelos. Estas entidades representan sólo un 13.69% del universo de unidades empresariales del catálogo de la investigación.

Con respecto a los sectores que participan en la actividad del TN en México, la base de datos contiene registros que en un 85 % pertenecen a emprendimientos o proyectos impulsados por integrantes del sector social de la economía,

mientras que el 15 % correspondía a experiencias impulsadas por particulares, empresas y grupos privados (Figura 2).

DISTRIBUCIÓN POR REGISTRO SEGÚN SU PROPIEDAD

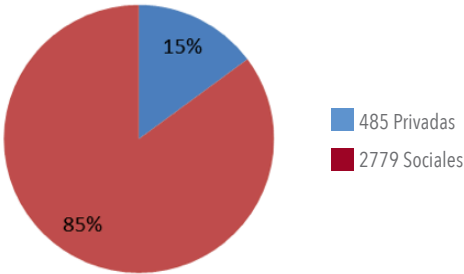


Figura 2.

Las iniciativas sociales de turismo de naturaleza están representadas por 2,779 registros, los estados que cuentan con mayor número son: Oaxaca, con 186 (6.69%); Michoacán, con 179 (6.44%); Chiapas, con 177 (6.37%); Quintana Roo, con 139 (5.00%); Veracruz, con 134 (4.82%) y Puebla, con 126 (4.53%). Estos estados concentran en conjunto una tercera parte del total de los registros contenidos en la base de datos TurNatur. (Ver Figura 3)

En cuanto a la distribución y porcentaje de las iniciativas desarrollados por el sector privado y por particulares, la mayor representatividad la tiene el Distrito Federal, que concentra el 8.45 % de los registros, seguido de Veracruz con el 7.42%; Quintana Roo y Baja California Sur con el 31%respectivamente y Chiapas que con el 4.95 % del total.

DISTRIBUCIÓN DE REGISTROS SOCIALES POR ENTIDAD

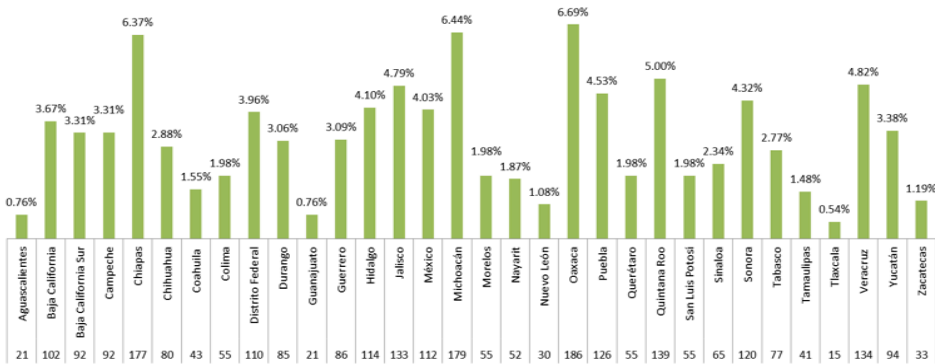


Figura 3.

Asimismo, los estados que presentan una menor concentración por número y proporción de registros de empresas privadas son Coahuila, Tlaxcala y Zacatecas, con 5 empresas cada uno de ellas, Nayarit y Colima con 4, respectivamente, y Tamaulipas con 3, solamente. (Figura 4).

DISTRIBUCIÓN DE REGISTROS PRIVADOS POR ENTIDAD

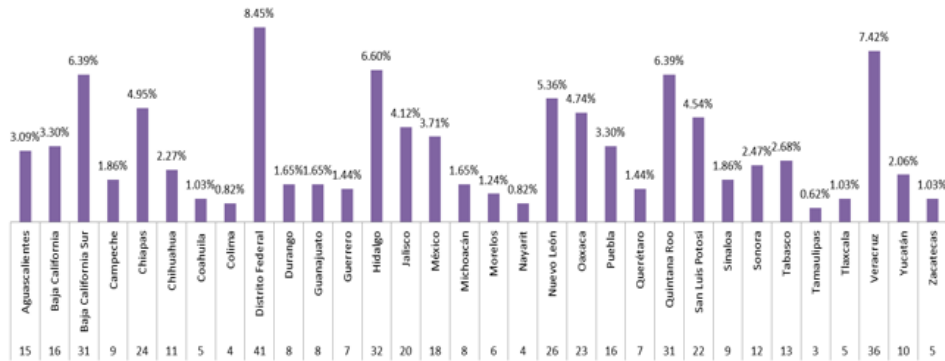


Figura 4.

Otro de los aspectos importantes a destacar de la información contenida en la base de datos, es que el 43 % de los registros hacían referencia a la participación de grupos y empresas conformados por indígenas. (Ver Figura 5).

PORCENTAJE DE REGISTROS CON PARTICIPACIÓN INDÍGENA EN LAS EMPRESAS

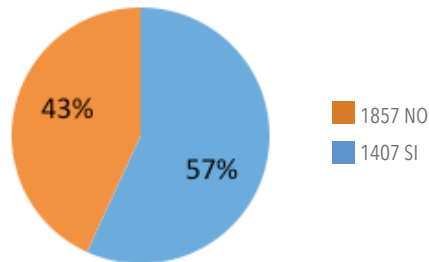


Figura 5.

Como era evidente, un buen porcentaje (63.57%) de los registros de las iniciativas se ubicaron en municipios con alguna cercanía a una Área Natural Protegida (Figura 6) en donde se ofertan y realizan actividades propias del turismo de naturaleza.

REGISTROS UBICADAS EN MUNICIPIOS CON ALGUNA ANP

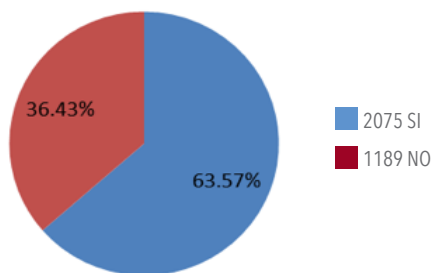


Figura 6.

Las actividades que predominan, de acuerdo con los registros en la base de datos, son aquellas relacionadas con el ecoturismo y con el turismo de aventura. Este comportamiento corresponde a la orientación básica del modelo de turismo de naturaleza que se ha impulsado en nuestro país. Sin embargo, estas actividades están muy relacionadas con los recursos y las capacidades que tienen los sujetos sociales que impulsan las empresas de turismo de naturaleza. Por lo pronto, resalta la correspondencia que existe entre los segmentos turísticos fundamentales registrados y la presencia de las empresas en las cercanías de las ANP.

Otro de los aspectos a destacar es que en el 78.61 % (2,566) de los registros se identificó que habían recibido algún tipo de apoyo económico por parte del gobierno federal, gobiernos estatales, o incluso de organismos no gubernamentales durante los últimos 20 años. De acuerdo con los registros de la base de datos, en el periodo de 1992 a 2012 se canalizaron \$2,194, 864,498 hacia esfuerzos sociales y privados para el desarrollo del turismo de naturaleza, desde instituciones y organismos del sector ambiental, económico y social³. (Figura 7).

³ Es importante señalar que las cifras que se presentan como los recursos federales destinados al desarrollo del TN en México fueron obtenidas por dos vías: la primera de 3 mil 181 millones de pesos corresponde a los recursos que 42 programas federales explícitamente manifestaron haber canalizaron a dicha actividad del 2006 al 2012 según sus informes presupuestales o los datos proporcionados por el Instituto Federal de Acceso a la Información (IFAI) (Institución mexicana que garantiza la protección y el acceso a la información). Y la segunda corresponde a los registros de la base de datos Turnatur que contemplan información desde 1992 y que recogen los apoyos a cada una de los registros en lo individual desde distintas fuentes, entre ellas los programas gubernamentales. La diferencia en la información es porque algunos programas gubernamentales no proporcionaron la lista de beneficiarios por lo que aun que se tenía el dato global no se pudo colocar en beneficiario específico.

ORIGEN SECTORIAL DE LOS RECURSOS ECONÓMICOS DESTINADOS AL TN 1992 - 2012

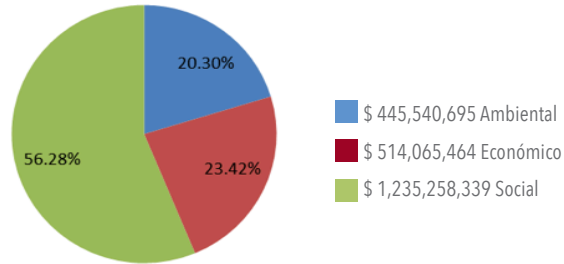


Figura 7.

Como se observa en la siguiente figura, estos recursos se distribuyeron de diferente manera entre las entidades federativas y se concentraron en aquellas que contaban con mejores condiciones para el desarrollo de la actividad y en las que había una mayor número de iniciativas sociales y privadas. (Ver Figura 8).

DISTRIBUCIÓN DE RECURSOS POR ESTADO 2000 A 2012



Figura 8.

En este primer corte se destaca que los apoyos económicos registrados se ubican en estados con una gran vocación turística al ser poseedores de recursos naturales y un gran patrimonio cultural que se ve enriquecido por la presencia de comunidades y pueblos indígenas. También se puede derivar que el 87.59% (\$1,922,511,900) de estos recursos llegó a un solicitante que actualmente se encuentra operando

y solo el 12.41 % (272.3 millones de pesos) no ha logrado detonar la actividad para los que fueron otorgados. Este porcentaje hace referencia a iniciativas que recibieron recursos para la elaboración del proyecto, para la realización de los estudios pertinentes para arrancar la actividad; y para la construcción de infraestructura turística básica o complementaria y que al momento del corte para el procesamiento de la información no se encontraban en operación.

Como se observa en la información, la concentración RETN en algunos estados es proporcional a la inyección de recursos que en los últimos 12 años se canalizaron a la entidad. Ejemplo de ello es el estado de Oaxaca, en el que la inversión pública para 117 proyectos de turismo de naturaleza durante este periodo fue de alrededor de los \$246, 555, 891 de pesos.

La evolución anual de los recursos otorgados presenta un constante crecimiento, siendo el año de 2006 el inicio del repunte de la inversión (Figura 9). Esta situación coincide con la reorientación que vive el PTAZI de la CDI, institución que decidió apoyar a las comunidades y pueblos indígenas para que conformaran opciones productivas viables, aprovechando el boom del TN en nuestro país. Este incremento en la inversión también coincide con la maduración de algunas experiencias encabezadas por grupos indígenas principalmente en los estados de Oaxaca y Puebla.

RECURSOS ECONÓMICOS ANUALES A LAS EMPRESAS DE TURISMO NATURALEZA 2002 - 2012

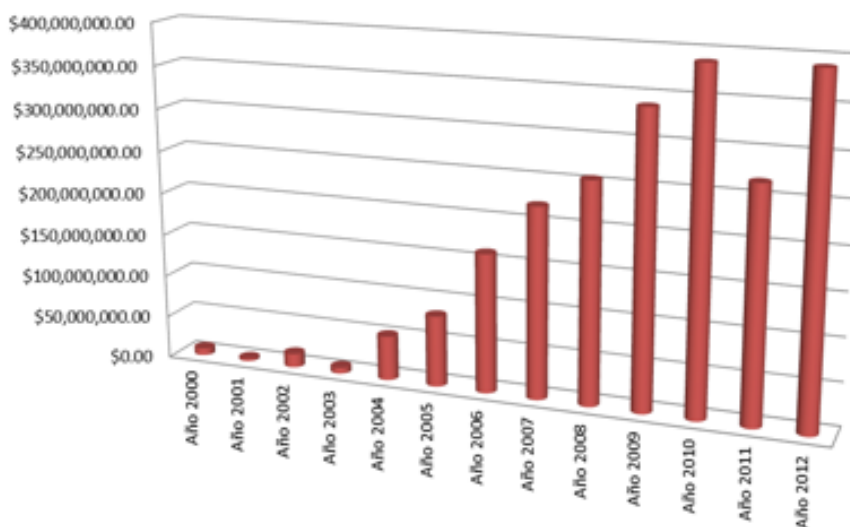


Figura 9.

Respecto a la conformación y desarrollo del producto turismo de naturaleza en México, este ha tenido en el gasto público su mejor aliado, pues las dependencias gubernamentales canalizaron un poco más de \$3,181 millones de pesos en los últimos 6 años⁴. Esta bolsa ha sido inyectada por la concurrencia de un conjunto de instituciones del Gobierno Federal a través de programas específicos y proyectos indirectos, en sus distintos niveles de operación de acuerdo con el esquema de la Administración Pública Federal, así como en sus respectivos sectores de competencia y ejecución: social, económico y ambiental.

De forma ilustrativa se presenta a continuación una figura en la que a través del dato inicio de operaciones y/o primer año de apoyo se puede ver la conformación anual de las empresas en los últimos 13 años, siendo el año 2006 en el que se expresa un repunte significativo de empresas que iniciaron operaciones o recibieron un primer apoyo gubernamental para la planeación, desarrollo e inversión de proyectos vinculados a actividades de turismo de naturaleza.

ESCALA DE CRECIMIENTO DE INICIO DE OPERACIONES DE ECTN (2000 - 2012)

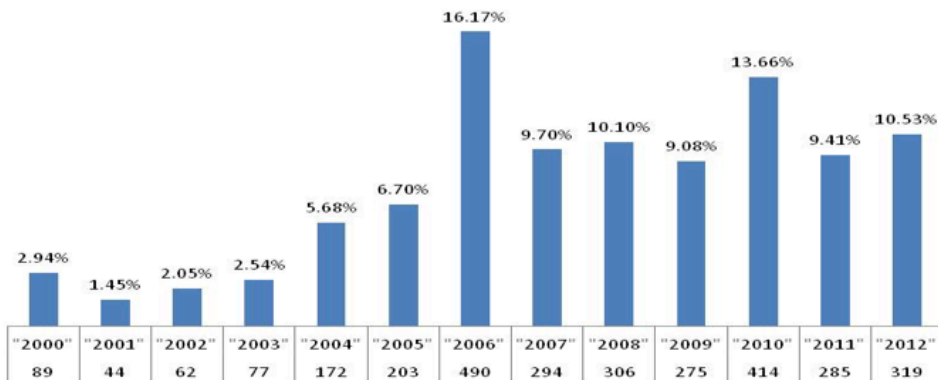


Figura 10.

Si bien el universo de registros de la base de datos incluyen a las empresas que se encuentran en operación y a los registros de iniciativas que aún no han podido arrancar, los 3, 264 registros es una muestra de la tendencia sobre el crecimiento del Turismo de Naturaleza y su importancia no sólo como parte de la

⁴ En una primera etapa de la investigación se identificaron 76 programas que en sus objetivos y lineamientos se establecía que podían apoyar al TN en México. Pero solo se encontró que en 42 de ellos existía evidencia de apoyo económico, por lo que se buscó obtener información oficial de ellos, siendo la manera más eficiente recurrir al IFAI mediante solicitud específica. La actualización de la información de estos programas al año 2015 implicaría nuevas gestiones que llevarían su tiempo.

diversificación de destinos y productos turísticos en México, sino también como alternativa económica para el espacio rural.

Empresas en operación

La creciente oferta de turismo naturaleza en México es sostenida en buena medida por las empresas sociales con participación indígena. De acuerdo con la base de datos TurNatur, del total de registros computados 2,323 hacían referencia a empresas, grupos, organizaciones que estaban en operación y de estos 1, 011 tenían este componente étnico de sus propietarios y participantes y estaban ubicadas en 27 entidades del país. Las empresas indígenas ofertan actividades y servicios propias del TN combinando los distintos componentes, encontrando actividades de ecoturismo, aventura y/o rural en la mayoría de estas.

El desarrollo de las empresas indígenas arranca de hace más de 15 años, producto de la combinación de una serie de factores que hemos apuntado en la introducción de este trabajo y en otros documentos. Entre las razones más importantes destacan, primero, el que la actividad turística se ha convertido en política gubernamental, al considerar su pertinencia como factor de desarrollo para el país, fomentado su diversificación, más allá del turismo de sol y playa, a través de otras modalidades turísticas, entre las que destaca el turismo de naturaleza. Segundo, la existencia de un amplio inventario de recursos naturales presentes en los territorios indígenas, que si bien han llevado a la delimitación de zonas de protección y conservación de carácter tanto local, como regional, estatal y nacional, aunados a los bienes culturales de las poblaciones autóctonas constituyen un enorme reservorio para las nuevas actividades comprendidas en este segmento de la actividad turística. Tercero, gracias a que los programas gubernamentales de atención a la pobreza, a los grupos vulnerables y a la conservación de los recursos naturales, millones de pesos han fluido a las comunidades y pueblos indígenas para conformar proyectos que pueden convertir la creciente demanda de estos nuevos destinos en beneficios para ellos, ello ha contribuido a contrarrestar sus condiciones de marginación y pobreza, promoviendo su desarrollo económico y social dentro de un marco de sustentabilidad. Cuarto, debido también a que muchos grupos, organizaciones y comunidades indígenas vieron en la actividad turística una oportunidad de recuperar el uso y usufructo de sus territorios que fueron decretados en ANP, pero también como un instrumento para fortalecer su empoderamiento local e incidir en la conformación de capital social comunitario.

Por estas razones, hoy en día el 43.52 % de las empresas que están operando en nuestro país servicios y productos de turismo naturaleza son indígenas. La relevancia de este hecho se observa en las 7 principales entidades del país que concentran el mayor número de empresas en operación:

1. Chiapas (157 empresas operando, 113 indígenas)
2. Oaxaca (150 empresas operando, 108 indígenas)
3. Veracruz (146 empresas operando, 79 indígenas)
4. Quintana Roo (129 empresas operando, 77 indígenas)
5. Hidalgo (128 empresas operando, 63 indígenas)
6. Distrito Federal (115 empresas operando, 21 indígenas)
7. Michoacán (107 empresas operando, 68 indígenas)

Tomando en cuenta el número de empresas existentes en estos estados (804), las indígenas representan el 65.79% del total, y si se exceptúa al Distrito Federal, estas constituyen la mayor oferta de turismo naturaleza en estas entidades. Si antaño la dependencia de los ingresos generados por el turismo para México se basaba exclusivamente en el impulso al segmento de turismo de sol y playa, actualmente la tendencia a ampliar progresivamente la diversificación de la oferta turística, a través de otras formas de hacer turismo, permite identificar en el turismo de naturaleza una de las posibles vías que amplíe no sólo la oferta de productos y destinos turísticos, sino que también se constituya en una alternativa viable de desarrollo para diversas regiones del país que cuentan con una notable cantidad de recursos naturales en excelente estado de conservación, una vasta diversidad de expresiones culturales de los pueblos indígenas y campesinos, aunado a formas de organización social y de la producción rural.

Por ello, resaltar la relevancia de esta modalidad turística por la vía de las empresas sociales indígenas que existen en las entidades mencionadas, sin duda no sólo obedece al número de empresas de turismo de naturaleza que concentran, sino también por las características (geográficas, demográficas, socioeconómicas, culturales, ambientales y políticas) que tienen en términos territoriales para la distribución y estructuración espacial de la actividad turística, lo que en buena medida influye en la operación y posicionamiento principalmente en el mercado interno.

Los hallazgos encontrados y registrados en la investigación, permiten confirmar que las empresas sociales indígenas, sobresalen no solamente por su número, sino también por el tipo de características que presentan. Por ejemplo, de acuerdo con las estadísticas analizadas, concentran la mayoría de los recursos institucionales,

particularmente los provenientes de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. Asimismo, estas mismas las que destacan por ubicarse en espacios donde la propiedad de la tierra es de carácter comunal y ejidal, lo que a su vez incide en las formas de cooperación, toma de decisiones y organización al interior de la empresa, principalmente en lo que se refiere a la gestión de los recursos financieros, turísticos, humanos y materiales, así como a la administración empresarial. De igual forma, como se mencionó líneas arriba, esto ha contribuido a que tanto actividades productivas y cotidianas, así como recursos naturales y culturales, propios del ámbito rural-indígena, adquieran relevancia dentro de los segmentos (ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural) en los que se ubican el universo de empresas indígenas, figurando como parte de la oferta de actividades y servicios. Ejemplo de ello es que actividades como cabalgata, participación en prácticas agropecuarias, senderismo, paseos en lancha y observación de ecosistemas, destacaran de acuerdo con el índice de frecuencia de actividades por segmento turístico.

Otros aspectos identificados en algunas de las empresas indígenas, se relaciona con el uso de tecnologías de la información (páginas webs) como medios para promocionar sus atractivos, actividades y servicios, ofertas (de acuerdo con las temporadas vacacionales) y como canal de comercialización y cierre de ventas, lo que a su vez les ha permitido conformarse en redes, como la Red de Turismo Indígena de México [RITA], compuesta por 32 microempresas de 15 estados de la República Mexicana y representando a 17 pueblos indígenas, lo que da cuenta del interés que hay por parte de las empresas indígenas de turismo en la búsqueda de mecanismos que permitan el ingreso de las empresas asociadas a nichos de mercado nacional e internacional, pero también en ofrecer servicios ambientales y turísticos de alta calidad a los turistas nacionales y extranjeros que buscan disfrutar de un contacto tanto con la biodiversidad nacional, como con las culturas anfitrionas.

Por ello, vale la pena mencionar sucintamente algunos de los rasgos que presentan dichas entidades, los cuales se constituyen en factores que les han permitido incrementar la presencia de empresas de turismo de naturaleza en las diversas regiones que las componen.

Chiapas⁵

De acuerdo con el Índice de Competitividad Turística de los Estados Mexicanos 2012, el estado de Chiapas se ubica a nivel de competitividad turística nacional en el lugar 17 (34.1%), a partir de que se tomaron en cuenta ciertos aspectos considerados fortalezas que pueden coadyuvar en el impulso de la actividad turística a través de diferentes segmentos como el ecoturismo, el turismo de aventura o el turismo cultural. Entre los elementos que se presentan como fortalezas posibles de ser aprovechadas se encuentra la riqueza cultural de los pueblos indígenas, la diversidad paisajística del entorno, en los atractivos culturales y naturales (expresado en sitios Patrimonio de la Humanidad, zonas arqueológicas, monumentos históricos, museos, áreas naturales protegidas, bosques y selvas), aunado a la fuerte promoción que se ha hecho de la entidad en foros y ferias especializadas (ICTM 2012), así como a la elevada captación de recursos del Gobierno Federal a fin de fomentar el turismo. Esto último se manifiesta con la inyección de apoyos que ha recibido el estado, en razón de \$183, 931,612 de pesos en un lapso de 13 años (2000-2012). (Figura 8).

Si bien la estructuración territorial del turismo para esta entidad se ve determinada en buena medida por la singularidad de sus recursos naturales y culturales, en conjunto ofrecen una oferta diversificada para diversas modalidades turísticas como el ecoturismo, el turismo de aventura, y el turismo cultural. Esto se expresa en 113 empresas indígenas que refieren a un modelo de turismo comunitario de acuerdo con su nivel de organización interna. Es en esta entidad donde se ubican 18 de las empresas que mayor posicionamiento presentan en el mercado pues cuentan con un conjunto de servicios y actividades de ecoturismo, turismo de aventura y rural, claramente estructurados, que utilizan las páginas web propias, promocionales e institucionales para promocionar sus servicios, y en las que existe una estructura administrativa más cercana a la gerenciación, con raíces comunitarias, y han logrado resolver las tensiones que el uso y usufructo de recursos colectivos genera en los proyectos de turismo naturaleza.

Lo anterior, se ve reflejado, por ejemplo, en la participación de los grupos indígenas que residen en las inmediaciones de la Selva Lacandona, quienes están focalizando su interés en proyectos que impulsen el desarrollo local, aplicando propuestas en

⁵ La información presentada de las empresas indígenas referidas es resultante del trabajo de campo realizado en el 2012, como parte de la segunda etapa del proyecto de investigación "Las empresas comunitarias de turismo de naturaleza: factores de éxito y fracaso", Fondo sectorial SECTUR-CONACYT, Instituto de Investigaciones Económicas, Universidad Nacional Autónoma de México. Clave 000000000148201, 2013 Coordinado por López Pardo Gustavo y Palomino Villavicencio Bertha.

las que han incorporado su organización comunitaria (asambleas ejidales) y de gestión de la tierra y sus productos, Caso del Centro Turístico Las Nubes-Causas Verdes quienes mediante una triple SSS ha dado un gran salto cualitativo hacia el posicionamiento en el mercado de turismo naturaleza, representando ya un proyecto económico que ha contribuido a la diversificación de su ingresos, los cuales ya no dependen únicamente de sus actividades primarias, comerciales y de venta de fuerza de trabajo a las áreas urbanas, sino que por la vía de la actividad ecoturística se erige una fuente más, mediante la re-apropiación de un recurso existente en abundancia en su localidad: el agua. Por otro lado, en el caso de Chiapas destaca la concentración de los proyectos de turismo de naturaleza en la zona de la Selva Lacandona: los campamentos lacandones de Top Che, Tres Lagunas Santuario de cocodrilos, Campamento Río Lacanja, Campamento Yatoch Barun y el centro ecoturístico Naha. Todos ellos financiados por la CDI y la CONANP por la gran importancia que conlleva la necesidad de la conservación de la Selva Lacandona, interés en los que también han coincidido varias de las organizaciones conservacionistas internacionales.

También encontramos en Chiapas los proyectos ubicados en Frontera Corozal, en donde tres empresas indígenas compiten por el mercado de turismo nacional y extranjero interesado en visitar las nuevas zonas arqueológicas de Yaxchilan. También Escudo Jaguar, la empresa indígena emblemática, por ser de las primeras que recibieron amplios apoyos del Gobierno Federal y Estatal para la construcción de infraestructura turística de hospedaje y alimentación, complementada con servicio de transporte pluvial a la zona arqueológica maya. Escudo Jaguar ha sido cuestionada por su manejo cuasi privado de una zona comunitaria, sin embargo, como es sabido la tenencia de la tierra comunitaria permite que un individuo, grupo o familia de la comunidad puedan usufructuar los recursos colectivos, volviendo casi privado los espacios anteriormente colectivos.

Otra empresa es el Centro Ecoturístico Nueva Alianza, que con un esquema de cooperativa, reúne a comuneros y ejidatarios en una empresa que complementa la oferta de servicios de hospedaje, alimentación y transporte en la zona.

Siyaj Chan Turismo Bio-arqueológico constituye una empresa que se diferencia de las demás pues basa su fortaleza en la capacidad de sus integrantes para compartir una experiencia diferente en las visitas a la selva y a la zona arqueológica de Yaxchilan. El concepto de la empresa se ubica en el ámbito del ecoturismo y se distingue por ofrecer a los visitantes una interpretación sociobiocultural del recorrido por el río y de la zona arqueológica. Son estos jóvenes hijo de comuneros y ejidatarios que, sin

tener derechos a la posesión de la tierra, y por tanto, sin espacio para la construcción de infraestructura de hospedaje y alimentación, los que han basado su desarrollo y crecimiento en la interpretación ambiental y la guías especializadas por la selva y la reserva arqueológica, pero también cada vez más en verdaderos safari fotográficos por el río y la observación de tucanes y otras aves del lugar.

En Chiapas también se localizan los Centros Ecoturísticos de Ara Macao-Las Guacamayas y el Centro Ecoturístico de Misol Ha; ambos ofertan servicios de hospedaje y alimentación en espacios naturales con cuerpos de agua, en los que realizan actividades ecoturísticas y de aventura vinculadas a estos. Ara Macao complementa su oferta de observación de guacamayas con la visita a su UMA de reproducción de estas aves.

En el segmento de ecoturismo combinado con el de aventura, destaca el Centro Ecoturístico de Cascadas del Chiflón, por la espectacularidad de su caída de agua y la intensidad que representa la tirolesa al pie de la misma. Este centro es un ejemplo de que las comunidades indígenas pueden conformar empresas económicamente exitosas con productos turísticos consolidados, sin perder su razón de ser como alternativa para impulsar el desarrollo social. Opera desde una perspectiva gerencial con una estructura y organización administrativa que le da fortaleza en sus procesos internos y ante su competencia regional.

Oaxaca

De igual forma, se señala que el estado de Oaxaca ocupa el décimo lugar en el país con una calificación del 36.7% en términos de competitividad turística (ICTM 2012). Esto se debe a un conjunto de factores que han condicionado su consolidación como destino turístico, particularmente en segmentos como el turismo de sol y playa, y actualmente mediante el ecoturismo y turismo cultural que ha tomado mayor impulso. Igualmente que en el caso anterior, la captación de recursos provenientes del Gobierno Federal, a través de diversas instituciones (CDI, Conanp, Semarnat, Conafor, etc.), refieren la importancia de fomentar el turismo de naturaleza para el estado, lo cual se ha visto expresado en un monto de \$246,555,891 de pesos en los últimos trece años, de acuerdo a los datos registrados en TurNatur.

En esta entidad, al igual que Chiapas, la existencia de un considerable cúmulo de recursos de carácter cultural, como zonas arqueológicas, festividades tradicionales, arquitectura novohispana, monumentos históricos y su variada composición étnica,

entre otros rasgos, se combinan con una gran biodiversidad que, gracias algunos decretos y certificaciones para la delimitación de áreas naturales protegidas de tipo comunitario, que en combinación con numerosas actividades productivas que contribuyen a la conservación de los bosques a nivel de paisaje, han perfilado ciertas regiones como espacios idóneos para el desarrollo de actividades ecoturísticas, de turismo de aventura y turismo rural. Tal es el caso de la región Sierra Juárez, en específico con el proyecto de Pueblos Mancomunados, el cual es un intento serio de las comunidades por establecer una actividad turística bajo control comunitario, pero también garantizando la conservación de los recursos naturales en el largo plazo mediante la implementación de programas productivos y educativos relacionados con la naturaleza.

En el estado de Oaxaca pudimos ubicar a 10 empresas indígenas que han remontado el tradicional aislamiento de estos sectores y se han constituido en verdaderos iconos de la organización empresarial comunitaria. Que han demostrado una gran capacidad para resolver los conflictos que plantea la racionalidad económica a las empresas sociales en general y a las comunitarias en particular (Figura 11).

NOMBRE	RAZÓN SOCIAL
Ecoturixtlán	Ecoturixtlán Ixtlán Shia Rúa Vía S.P.R. de R.L./ Ecoturixtlán Shia Rúa Vía Cerro S.P.R. de R.I.
Ecoturismo Comunitario Capulalpam	Empresa Comunal Turismo Ecológico Comunitario Pacupalpam S.P.R. de R.I.
Comité de Ecoturismo La Nevería Latzi Belli	Latzi Belli, S.S.S. / Operadora Turística de Pueblos Mancomunados
Comité de Ecoturismo Benito Juárez	Comité Local de Ecoturismo Benito Juárez / Operadora Turística de Pueblos Mancomunados
Expediciones Sierra Norte (Operadora Turística)	/ Operadora Turística de Pueblos Mancomunados de la Sierra Norte, S.S.S.
Comité de Ecoturismo Yaa- Cuetzi	Comité de Ecoturismo Yaa - Cuetzi. Cuajimoloya
Comité de Ecoturismo Latuvi	Comité de Ecoturismo Latuvi, S.S.S. / Operadora Turística de Pueblos Mancomunados
Comité de Ecoturismo Llano Grande	Comité de Ecoturismo de Llano Grande, S.S.S. / Operadora Turística de Pueblos Mancomunados
Servicios Ecoturísticos de la Ventanilla	Sociedad Cooperativa Servicios Ecoturísticos de la Ventanilla / Servicios Ecoturísticos la Ventanilla S.C.
Cómite de Ecoturismo de Santa Catarina Lachatao	Lachatao Expediciones S.S.S.

Figura 11.

Veracruz

Sobre el estado de Veracruz, el Índice de Competitividad Turística 2012 registra que a nivel nacional ocupa el lugar 13, con una representación porcentual del 35.6%, destacando por arriba del promedio nacional en lo que a promoción turística se refiere, ubicándose entre las mejores cinco entidades. Entre las fortalezas que lo distinguen se encuentra la disponibilidad de numerosos recursos culturales: Patrimonios de la Humanidad, sitios arqueológicos, catedrales, teatros, etc., además de disponer de una amplia biodiversidad y riqueza natural. Un gran posicionamiento a nivel nacional como destino turístico, derivado de la constante promoción turística.

Asimismo, Veracruz es un estado que cuenta con una amplia gama de recursos naturales inmersos en variados ecosistemas y asentados en toda su extensión geográfica, lo que lo hace destacar como uno de los más diversos en cuanto a flora y fauna silvestre se refiere: ocho mil especies de plantas distribuidas en 25 diferentes tipos de vegetación (20 terrestres y cinco acuáticas), así como la multiplicidad de su fauna, con 394 especies de vertebrados endémicos, han hecho de este el tercer estado, en lo que a biodiversidad se refiere en el país. Además, posee también una gran diversidad cultural y étnica, conformada por diferentes grupos étnicos como totonacos, huastecos, nahuas, popolucas, tepehuas, otomíes, mixtecos, mazatecos, mixes y zoques. Gracias a estas características mencionadas, diversas regiones en la entidad se han vuelto atractivas para el desarrollo del turismo de naturaleza, lo que ha propiciado que incluso el Gobierno del Estado, a través de su respectiva Secretaría de Turismo, diseñe programas que fomenten su crecimiento. Estos atributos se ven incrementados con la presencia de 79 empresas indígenas, las que, a pesar de ser la mayoría de las empresas sociales y operando en la localidad, tienen que competir con las empresas privadas que han logrado un buen posicionamiento en el mercado del turismo de aventura, particularmente lo referente al descenso de los ríos.

Quintana Roo

Por otro lado, en relación con el estado de Quintana Roo, dicho índice nos señala que ocupa el primer lugar a nivel nacional, con un porcentaje asignado del 50.6%. En varias de las dimensiones analizadas, sobresale en términos de infraestructura y profesionalización turística, con lo cual se ubica en primer lugar y entre las cinco mejores entidades.

Entre las fortalezas identificadas en términos de competitividad, destaca por su riqueza arqueológica, amplia superficie de bosques, selvas, playas y áreas naturales protegidas. Allí se observan: la importancia del turismo como principal actividad económica, elevada inversión en la promoción turística, atracción de turistas nacionales e internacionales, fuerte nivel de inversión pública y privada y elevada oferta hotelera de calidad.

Si bien en esta entidad las 77 empresas indígenas también representan la mayoría de las empresas de turismo de naturaleza operando, estas se encuentran en su mayoría totalmente subordinadas a la lógica que les asigna las empresas privadas quienes son las que dominan el mercado del turismo en la región. No obstante, aquí encontramos la presencia de la empresa Community Tours Sian Ka'an, que ha logrado destacar en tanto la calidad de sus servicios de hospedaje y alimentación, así como por las actividades de ecoturismo que ofertan. Esta empresa maya ha recibido el apoyo de la CDI y de la CONANP pero también de la asociación civil Amigos de Sian Ka'an, que bajo un esquema de acompañamiento integral y centrado en la formación y fortalecimiento del capital social, han contribuido al establecimiento de este proyecto indígena en una zona donde predomina el turismo convencional.

Hidalgo

Respecto al estado de Hidalgo, de acuerdo con el Índice de Competitividad Turística 2012, tenemos que a nivel nacional ocupa el lugar 32, con una porcentaje asignado del 28.8%, destacando como parte de sus fortalezas para posicionarse como destino turístico su buena infraestructura terrestre, así como su adecuado nivel de especialización turística. En esta entidad hay 63 empresas indígenas que también contribuyen al posicionamiento del estado en el mercado turístico sobre todo lo referente a su participación en la ruta de la salud.

En Hidalgo se concentran numerosos proyectos ecoturísticos (tanto de carácter comunal como privados) en diferentes municipios. Pero particularmente destacan los proyectos como el de la comunidad otomí de El Alberto, enclavada en el Valle del Mezquital, en el municipio de Ixmiquilpan que, por encontrarse ubicada en la zona de balnearios de la entidad, que ha permitido aprovechar la afluencia turística ya existente. La puesta en marcha de este proyecto desde el año 2002, ha fungido como una alternativa al desempleo y la marginación existente en la región, aspecto que ha obligado a los miembros de esta comunidad a emigrar

principalmente hacia los Estados Unidos. En este sentido, la opción ecoturística ha servido para generar ingresos, empleo, frenar la migración, contribuyendo a su vez a la disminución de la pobreza, a la par de cubrir las expectativas de utilizar y conservar los recursos naturales, mejorar la calidad de vida de los pobladores y desarrollar la parte emotiva e identitaria de la comunidad, de ahí que sea un caso representativo de las empresas comunitarias de turismo de naturaleza.

También se identificó a la empresa indígena de Grutas de Xoxafi El Palmar, la que junto con otras cuatro empresas de la entidad han conformado recientemente una operadora turística denominada Hatsi que está orientada a promover y comercializar un producto turístico conformado por las empresas indígenas del valle del Mezquital que combinan el ecoturismo, el turismo rural y el de aventura.

Michoacán

Referente al estado de Michoacán, con base en el Índice de Competitividad ya citado, se encontró que a nivel nacional detenta el lugar 23, con un porcentaje del 32.3%. Lo anterior, lo hace destacar por contar con cuatro Pueblos Mágicos, aunado a que en lo referente a recursos naturales y protección al ambiente lo ubica por arriba del promedio nacional y muy cercano al promedio de las cinco mejores entidades. Enfatizando el aspecto de los recursos naturales, esto ha sido identificado como una fortaleza dada la variedad de dichos recursos y su elevada biodiversidad. Asimismo, el contar con varias ciudades coloniales y patrimonios de la humanidad, le permite destacar como otra de las fortalezas que inciden en su configuración como destino turístico, aunado a una gran diversidad de parques recreativos y de entretenimiento. En esta entidad tenemos 107 empresas de TN operando, de las cuales 68 son indígenas. Entre estas últimas se destacan el Centro Ecoturístico Pantzingo de la comunidad Indígena de Nuevo San Juan Parangaricutiro, en la región de la Meseta Purépecha. Esta empresa es otra de los íconos del turismo de naturaleza indígena y sus orígenes se relacionan con las prácticas comunitarias de manejo forestal. La necesidad de tener un manejo sustentable de los bosques y convertirlos en opción real para la comunidad llevó a estos indígenas rápidamente a asumir manejos sustentables de los mismos y a buscar su uso diversificado. En este contexto, el ecoturismo resultó una buena opción.

También en Michoacán se ubican, en la llamada costa nahua, un conjunto de empresas indígenas que, aprovechando la afluencia de surfistas, ofertan servicios de hospedaje y alimentación, combinándolos en algunos casos como

los de Maruata, con actividades de protección de las tortugas marinas. Como todos sabemos, en la frontera entre Michoacán y el Edo de México, se encuentra la reserva de la Mariposa Monarca, destino de una gran afluencia de turistas. Sin embargo, la prestación de los servicios para el disfrute de la mariposa no corre a cargo de empresas indígenas, aunque afortunadamente sí de empresas sociales campesinas.

Distrito Federal

De acuerdo con el Índice de Competitividad Turística 2012, el Distrito Federal ocupa a nivel nacional el tercer lugar, para lo cual se le asignó un porcentaje del 42.7%. Resaltando que su valor de competitividad está arriba del promedio nacional, se destaca entre las cinco mejores entidades, derivado de su amplia oferta cultural, conformada por galerías, museos, teatros, centros culturales y festivales; servicios complementarios al turismo; conectividad nacional e internacional; buena red de transporte terrestre y elevado nivel de especialización del personal que labora en el sector turístico.

No obstante, un caso particular es el del Distrito Federal, pues resultante del impulso institucional que en los últimos años se ha dado a la conservación ambiental de los espacios rurales de la ciudad, ubicados principalmente en las Delegaciones Políticas del Sur y Poniente del Distrito Federal, ha permitido el surgimiento y desarrollo de empresas en las que se han promovido actividades recreativas de naturaleza, que constituyen una enorme oferta de fin de semana para los millones de habitantes de la ciudad. De tal suerte que estas organizaciones productivas se enmarcan en una política pública más de carácter ambiental que de desarrollo económico, aunque desde el año 2010 son sujetas de atención por la Secretaría de Desarrollo Rural del GDF. Las empresas que ofertan estos servicios y actividades en la Zona de Conservación Ecológica del DF, son fundamentalmente sociales, comunales y ejidales, pues estos espacios rurales aún son de propiedad social, y si existen emprendimientos particulares, estos son de miembros de estas colectividades ejidales o comunales pero que operan de manera privada.

De las 115 empresas de turismo naturaleza que operan en el Distrito Federal, solo 21 son indígenas. Entre estas destacan El Parque Ejidal de San Nicolás Totolapan, que es quizás uno de los mejores ejemplos que plantean la importancia de las actividades del TN para la conservación ambiental. El Parque, desde hace más

de 15 años, se ha convertido no solo en un espacio especializado en la práctica del ciclismo de montaña sino también en centro recreacional para miles de visitantes urbanos de fin de semana.

En el DF, en la zona lacustre, también existen proyectos de turismo naturaleza que ofertan sus servicios y actividades, recuperando la singularidad de los canales de Xochimilco y Tláhuac.

Conclusiones

Como se observa, las empresas de turismo naturaleza tienen una situación paradójica. Por un lado, muchas de estas si bien se asientan en territorios donde se encuentran mejor conservados los recursos naturales, gracias a un apropiado aprovechamiento de las comunidades con base en su cosmovisión y determinadas prácticas culturales, también muchas de las localidades donde se ubican y desde las cuales operan, están en relativo aislamiento (de ahí sus condiciones de pobreza y marginalidad ante la ausencia de servicios apropiados de salud, educación y comunicaciones), lo que ha sido una de las principales limitantes para su desarrollo y consolidación. Por ello, parte del fracaso en muchos de los proyectos ecoturísticos desarrollados en zonas rurales-indígenas, se debe a la falta de una adecuada infraestructura de carreteras o de caminos, y, por ende, de servicios básicos, que permitan acceder con facilidad a la comunidad, o a las cercanías donde se encuentra instalada la empresa, lo que constituye un factor negativo que va en detrimento de su rentabilidad.

Las experiencias documentadas expresan que el turismo de naturaleza puede ser una estrategia apropiada para las comunidades rurales e indígenas, siempre y cuando estas sean consideradas para la toma de decisiones en cuanto a los proyectos que se pretendan emprender.

Como apunta Ruiz (2002), el hecho a destacar en el turismo emprendido por las poblaciones indígenas, independientemente de la etiqueta con la que se le pretenda definir ("comunitario", "rural" "ecológico", "alternativo", "solidario"), tiene que ver principalmente con la voluntad de los actores locales organizados sobre la apropiación de la actividad turística como forma de empoderamiento y de contribución al desarrollo económico y social comunitario, aunado al manejo, aprovechamiento y conservación de sus recursos y territorios, lo que constituye una búsqueda y afirmación de control social, en aras de fomentar una

participación activa en la planificación del desarrollo turístico por parte de las propias comunidades, integrando también la colaboración del Estado, gobiernos locales, comunidades, organizaciones sociales representativas y empresas sociales. Lo anterior, representa la posibilidad de sostener comunidades vivas a través del mejoramiento de sus condiciones de vida, y es en este contexto que el turismo de naturaleza adquiere un significado estratégico, como parte de un proceso mucho más amplio de empoderamiento social.

Pero también, se confirman las conclusiones de que el desarrollo de las empresas de turismo naturaleza en general, pero las sociales y las indígenas en particular, enfrentan una serie de obstáculos para su desarrollo: en primer lugar, la ausencia de un esquema de integración que permita la planeación y el desarrollo del turismo de naturaleza convirtiéndolo en una prioridad dentro de las políticas turísticas del Estado; la ausencia de una adecuada estrategia de promoción y comercialización turística, tanto a nivel doméstico como internacional. La escasa o nula capacitación y acompañamiento para los emprendedores locales que pretenden llevar a cabo este tipo de iniciativas en sus comunidades en cuanto a la planeación, diseño y gestión de los proyectos. Otro de los problemas que las empresas comunitarias experimentan, son las derivadas de las fuertes presiones en materia de competencia por parte de empresas privadas, pues las primeras en su mayoría no tienen condiciones de competir, por no contar con capacitación en gestión administrativa, marketing, estrategias de venta y publicidad. Pero, tampoco, han generalizado el impulso a procesos asociativos que articulen eficientemente la oferta de servicios; y que procuren una inserción competitiva en los mercados y fomenten sustentablemente el uso del patrimonio comunitario.

Sin duda, el mayor desafío para las iniciativas comunitarias, y de las organizaciones que las impulsan, es que puedan poner en marcha una oferta de calidad, diferenciada, y con una capacidad de gestión y comercialización que les permita funcionar más allá de los apoyos institucionales. Para ello, es importante considerar diversos factores en los que se debe prestar atención: disponer de infraestructuras y vías de acceso adecuadas, generar una oferta de actividades y servicios de calidad, posicionarse de forma diferenciada, optimizar las capacidades de administración, acceder a sistemas de financiación, mejorar las capacidades de promoción y comercialización, entre otras.

Para estas empresas, como para todas las Mipymes en general, la permanencia en el mercado constituye, sin duda, el primer paso para el éxito, el cual ha

de ir concatenado con el mejoramiento de las condiciones de existencia de sus integrantes y de la comunidad. Una adecuada y eficiente organización administrativa-empresarial, puede hacer viable este tipo de proyectos y contribuir al desarrollo económico-social comunitario, dentro de un marco de sustentabilidad ambiental, social, cultural y económica.

Referencias bibliográficas

- Adame Cerón, Miguel Ángel. *Antropología de los encuentros y de los impactos turísticos en las comunidades*. Ediciones Navarra, México, 2011.
- Azevedo Luíndia, Luisa. *Ecoturismo de pueblos indígenas: propuestas sostenibles, Fondo para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas de América Latina y el Caribe*. La Paz, Bolivia, 2007.
- Cañada, Ernest. Perspectivas del turismo comunitario: Cómo mantener vivas las comunidades rurales, en: *El turismo en el inicio del milenio: Una lectura crítica a tres voces*. Joan Buades, Ernest Cañada y Jordi Gascón (Comp.), Col. Thesis, No. 3, *Foro Turismo*. Responsable-Red de Consumo Solidario, Madrid, 2012, pp. 119-122.
- De Teresa, Ana Paula y Cortés Ruiz, Carlos. *La sociedad rural mexicana frente al nuevo milenio. La nueva relación campo-ciudad y la pobreza rural*, Vol. 2, Plaza y Valdés Editores, México, 1996.
- Guerrero Rodríguez, R. Ecoturismo mexicano: la promesa, la realidad y el futuro. Un análisis situacional mediante estudios de caso, en: revista *El Periplo Sustentable*, UAEM, No. 18, enero-junio, 2010, pp. 37-67.
- López Pardo Gustavo y Palomino Villavicencio Bertha, Coordinadores. Selección de Materiales 2006-2009, diplomado de actualización profesional "Turismo para el Desarrollo Sustentable. Una estrategia nacional para el desarrollo económico y conservación ambiental". UNAM, IIEc, México, DF 2010.
- López, Pardo Gustavo y Palomino, Villavicencio Bertha, 2013 Proyecto de Investigación "Las empresas comunitarias de turismo de naturaleza: factores de éxito y fracaso", Fondo sectorial SECTUR-CONACYT, Instituto de Investigaciones Económicas, Universidad Nacional Autónoma de México. Clave 000000000148201
- López y Palomino 2008. El turismo como actividad emergente para las comunidades y pueblos indígenas, en *Turismo, identidades y exclusión*. Alicia Castellanos Guerrero y Antonio Machuca (Coords.). Juan Pablos/UAM, México, 2008.
- López y Palomino, 2014. Documento Lineamientos para la asignación de recursos gubernamentales para el desarrollo del turismo naturaleza en comunidades y pueblos indígenas, Fondo sectorial SECTUR-CONACYT, Clave 000000000148201, México, DF
- Palomino Villavicencio, Bertha et al. Ecoturismo indígena en México. Caso de estudio: la comunidad

- Hñahñu de El Alberto en Ixmiquilpan, Hidalgo, México, en *Negotia. Revista de investigación de negocios*, Vol. 4, No. 14, enero-marzo, Instituto Politécnico Nacional, México, 2008, pp. 2-12.
- Pastor Alfonso, María José y Domingo Gómez López. *Impactos socioculturales en el turismo comunitario. Una visión desde los pueblos implicados (Selva Lacandona, Chiapas*. México, Universidad de Alicante/Universidad Intercultural de Chiapas, Ed. Aguaclara, Alicante, España, 2010.
- Reygadas, Luis *et al.* Estilo de manejo y gestión de proyectos ecoturísticos en la Selva Lacandona de Chiapas, México, en *Estudios multidisciplinarios en turismo*, Rosana Guevara Ramos (Coord.), Vol. 1, Secretaría de Turismo-Centro de Estudios Superiores en Turismo-Red de Investigadores y Centros de Investigación en Turismo, México, 2006, pp. 71-101.
- Ruiz Lavalle, Pablo. Proyecto ecoturístico de los Pueblos Mancomunados, tendencias del turismo del futuro: la integración de redes de proyectos comunitarios, en *Turismo rural, agroturismo y ecoturismo*. Universidad Autónoma del Estado de Morelos, México, 2002, pp. 45-62.
- Suárez Paniagua, Susana. Globalización y transformaciones socio territoriales en el ámbito rural. Puntualizaciones sobre una nueva ruralidad, en: *Nuevas ruralidades. Expresiones de la transformación social en México*. Hernán Salas, Ma. Leticia Rivermar y Paola Velasco (Coords.), Instituto de Investigaciones Antropológicas-Universidad Nacional Autónoma de México/Juan Pablos Editor, México, 2011, pp. 59-81.
- SECTUR. Programa Sectorial del Turismo 2007-2012, Secretaría de Turismo, Gobierno Federal, México, 2007.
- Plan de Turismo con Identidad para la Sierra Norte de Puebla 2009-2015, Coordinadora Regional de Desarrollo con Identidad (CORDESI), México, 2009.

Documentos en línea

- Budowski, Gerardo El ecoturismo en el siglo 21. Su creciente importancia en América Latina, Chile, 2001. Documento en línea: <http://www.oit.org.ar/portal/programa-cea/images/stories/documentos/21-ecoturismo-siglo-xxi-pdf.pdf>
- Índice de Competitividad Turística de Estados Mexicanos ICTEM. 2012. Tecnológico de Monterrey, CIETEC. <http://viewer.zmags.com/publication/d4f09bfc#/d4f09bfc/24>

Este libro fue editado en el Área de Publicidad
de la Universidad Autónoma del Caribe,
en el mes de diciembre de 2017.