



PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO EN TURISMO SOSTENIBLE Y COMUNITARIO DE LA ASOCIACIÓN DE COMUNIDADES FORESTALES DE PETÉN - ACOFOP

2018-2022

Reserva de la Biosfera Maya, Guatemala





Una producción de Alba Sud para la Asociación de Comunidades Forestales de Petén (ACOFOP).

La asistencia técnica encargada añade a este plan estratégico un completo diagnóstico de la situación actual del turismo comunitario en la Reserva de la Biosfera Maya, recogido en un documento de uso interno para ACOFOP. Dicho análisis se centra en los pros y contras del modelo actual, en las potencialidades a aprovechar y los retos o problemáticas a superar, estableciendo 18 conclusiones que han sido tenidas en cuenta a la hora de plantear los talleres participativos en los que se sustenta este trabajo y el propio plan estratégico resultante.

COORDINACIÓN Y REDACCIÓN

Javier Tejera. javier@albasud.org / ALBA SUD

APOYO Y ASESORAMIENTO

Ernest Cañada. ernest@albasud.org / ALBA SUD

DISEÑO, ARTE Y MAQUETACIÓN

Carlos Hernández – Chico:mente

FOTOGRAFÍAS

Javier Tejera

Enero de 2018

Agradecimientos

Mi mayor agradecimiento va para todos los líderes y actores comunitarios que participaron y se interesaron en el proceso, tanto durante las visitas y entrevistas del trabajo de campo, como durante los talleres presenciales. Ellos y ellas son los grandes protagonistas no sólo de este trabajo, sino del modelo de gestión que se pretende fortalecer y potenciar con la implementación de este plan estratégico.

Ha sido todo un proceso de aprendizaje conocer de primera mano realidades y motivaciones tan diversas. Ojalá la ilusión y el compromiso se mantengan en el tiempo, para que el turismo se convierta en un instrumento de mejora y de generación de oportunidades transversales para todos.

Del mismo modo, quiero dar un reconocimiento especial a Gloria Espina, responsable de turismo comunitario en ACOFOP, por su grado de compromiso, implicación, dedicación y profesionalidad a lo largo de las diferentes fases de trabajo para la realización de este documento. Una aportación fundamental y necesaria para que los objetivos marcados de antemano llegasen a buen puerto.

Un agradecimiento que hago extensivo a todo el personal de las diferentes áreas de ACOFOP que, de una u otra manera, se implicaron y colaboraron en algún momento, facilitando información o dando apoyo y asistencia durante el trabajo de campo. Sin olvidar a Marcedonio Cortave, Teresita Chinchilla, Mario Rivas y a todo el equipo de dirección por la confianza que han depositado en nosotros.

Decía Eduardo Galeano que “el futuro es posible imaginarlo y no sólo aceptarlo”, aunque a veces nos hagan creer que hay intereses externos y dinámicas complejas contra las que es imposible luchar o competir. Haciendo mías sus palabras, confío que el futuro que se proyecta e imagina con este plan se haga realidad, poniendo en el centro del tablero las necesidades e intereses de las comunidades que habitan en las áreas concesionadas de la Reserva de la Biosfera Maya. Los auténticos guardianes de un patrimonio natural y cultural vivo, que merece la pena conservar y cuidar.

➤ 01 INTRODUCCIÓN

- 1.1 Presentación
- 1.2 Contexto y antecedentes
 - 1.2.1 Turismo en Centroamérica
 - 1.2.2 Realidad guatemalteca
 - 1.2.3 El marco del turismo comunitario
 - 1.2.4 Turismo Comunitario en la Asociación de Comunidades Forestales de Petén (ACOFOP)
- 1.3 Espacios naturales protegidos, patrimonio cultural y turismo
 - 1.3.1 Las Reservas de la Biosfera como figura de protección
 - 1.3.2 Alternativas de desarrollo socioeconómico compatibles con la conservación
 - 1.3.3 Patrimonio Mundial de la Humanidad: ¿ventaja o desventaja?
- 1.4 Turismo con valor añadido para la comunidad local
- 1.5 La Reserva de la Biosfera Maya (RBM)
 - 1.5.1 Realidad sociopolítica del espacio protegido
 - 1.5.2 Incidencia política de ACOFOP y acompañamiento técnico a las concesiones
- 1.6 Metodología y proceso participativo

➤ 02 RETOS A CONSEGUIR





➤ 03 EL MODELO DE TURISMO COMUNITARIO DE ACOFOP

3.1 Conceptos clave

3.2 Visión estratégica

3.3 Compromisos de los agentes

3.4 Objetivos

➤ 04 PLAN DE ACCIÓN

4.1 Ejes y actuaciones

Eje 1: Recursos naturales, rurales y arqueológicos

Eje 2: Equipamientos y servicios públicos de apoyo

Eje 3: Gestión de la oferta. Productos y proveedores en los destinos de turismo comunitario

Eje 4: Gestión de la demanda para un turismo comunitario en la RBM. Comunicación, promoción y comercialización

Eje 5: Instrumentos de ordenamiento, planificación, gestión y seguimiento

Eje 6: Marcos de colaboración entre agentes

CRONOGRAMA DE ACTUACIONES

NOTAS, FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA



INTRODUCCIÓN



1.1 Presentación

Este documento es el resultado tangible de un proceso participativo, dinamizado a partir del acompañamiento técnico de **Alba Sud**, por parte de las organizaciones comunitarias que forman parte de la **Asociación de Comunidades Forestales de Petén (ACOFOP)**, la oficina sede misma y otros actores clave vinculados con la **Reserva de la Biosfera Maya (RBM)**, al norte de **Guatemala**. El objetivo principal del proceso ha sido confluir en un acuerdo que genere un **Plan Estratégico de Turismo Sostenible y Comunitario**, con un plan de acción a cinco años vista, en las áreas de influencia de las comunidades y los diferentes territorios que conforman la RBM.

Una hoja de ruta que integra actuaciones encaminadas a poner en valor recursos y servicios rurales, culturales, naturales, agroalimentarios o medioambientales del territorio, mejorar la oferta turística, implementar adecuados instrumentos de planificación o seguimiento, mejorar la promoción y comercialización o crear adecuados marcos de colaboración entre agentes, por solo poner unos ejemplos. La aspiración ha sido la de crear un instrumento en el que una amplia mayoría de las comunidades locales y de las diferentes organizaciones comunitarias socias de ACOFOP se sientan representadas, ordenando y planificando los esfuerzos individuales y colectivos hacia un interés común.

Este **Plan Estratégico de Turismo Sostenible y Comunitario** será un instrumento de gestión que, en este contexto, ayudará a tomar decisiones estratégicas atendiendo a criterios de conservación del territorio y desarrollo de las comunidades locales legalmente establecidas, con concesiones o manejo forestal y que tienen influencia en la RBM. A medio plazo, el objetivo es diversificar y complementar los ingresos de dichas comunidades a partir del posicionamiento de propuestas turísticas de base y gestión comunitaria, bajo el liderazgo de las organizaciones miembros de ACOFOP, ubicadas en la **Zona de Usos Múltiples (ZUM)** y la **Zona de Amortiguamiento (ZAM)** de la **Reserva de la Biosfera Maya**. En esta línea, se trabajará en el desarrollo de un turismo medioambientalmente equilibrado, económicamente justo y equitativo, socialmente responsable y culturalmente enriquecedor, que apueste por un modelo de calidad, inclusivo y dinamizador de otros sectores productivos.

Ante la prórroga de las concesiones forestales comunitarias en la ZUM de la RBM, ha habido intentos desde algunos ámbitos políticos y empresariales de dejar fuera al turismo del concepto integral de manejo de las áreas, el cual está suscrito bajo un contrato con el Estado, lo que supone una contradicción. A nivel del marco normativo y del respaldo legal que da la **Ley Nacional de Áreas Protegidas de Guatemala**, pero también por concebir al turismo como un sector desligado de la dimensión conservacionista y de otras actividades productivas en la zona.

Por tanto, este documento y el proceso participativo asociado a él surgen con el objetivo fundamental de generar un marco de actuación que consolide la gestión del turismo como parte del manejo integral de las áreas concesionadas a las comunidades locales en la RBM. Propiciando, a partir de esta visión, mejorar las oportunidades socioeconómicas para su población residente, empoderándoles y otorgándoles instrumentos de gestión y decisión, de manera que se asegure la mejora de su calidad de vida. Un planteamiento, conectado e indisoluble de la gestión forestal sostenible, bajo un modelo de turismo en donde la calidad esté por encima de la cantidad.

La meta final es que el turismo que ya se viene desarrollando se consolide y postule con una fórmula que fortalezca y contribuya a diversificar las actuales actividades productivas maderables y no maderables, bajo el enfoque de manejo integral que desarrollan con los contratos, con parámetros de sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica, en las áreas de gestión comunitaria de la RBM, con la implicación de la población residente. Siempre poniendo a la par y en primer lugar sus prioridades y necesidades, junto con la conservación de los recursos naturales y patrimoniales de la región.

1.2 Contexto y antecedentes

1.2.1 Turismo en Centroamérica

A medida que se consolidaba el proceso de transformación de la economía centroamericana, que ha pasado de estar plenamente orientada hacia la agroexportación de productos tradicionales a un modelo de inserción internacional más complejo y diversificado, el turismo ha adquirido un peso cada vez mayor. Esto se ha traducido en una importante transformación de determinados territorios, especialmente en las costas del **Pacífico**, y más recientemente en el **Caribe**, pero también en algunas ciudades y áreas rurales. Este desarrollo turístico ha tenido lugar sobre modelos y estructuras empresariales claramente distintas e incluso en contradicción entre ellas. Son varios los turismos y modelos de desarrollo que están en juego. Los retos que comporta este proceso son diversos y afectan a múltiples esferas y actores: la docencia universitaria, las políticas públicas, el trabajo sindical, las articulaciones empresariales, etc.

El turismo en Centroamérica ha experimentado un fuerte crecimiento desde principios de la década del dos mil. El **Instituto Centroamericano de Estudios Fiscales (ICEFI)** de Guatemala apuntaba en el año 2008 que la industria turística había registrado una tasa promedio de crecimiento del 10% (ICEFI, 2008, p.40). De hecho, los datos oficiales facilitados por la **Secretaría Técnica el Consejo Centroamericano de Turismo (CCT)** del **Sistema de la Integración Centroamericana (SICA)**, dan cuenta del protagonismo del sector en la economía de todos los países de la región.

Los datos relativos a los ingresos económicos generados por el sector también muestran un comportamiento similar. En este caso la crisis económica internacional se siente con una caída de ingresos entre 2008 y 2010, que repuntan y vuelven a subir en 2011. Destaca la incidencia que tiene la crisis en **Costa Rica y El Salvador**, que en el primer caso está claramente vinculada con mercados con especiales dificultades en esos años, como EEUU y Europa, y en el segundo muy relacionada con el turismo de negocios, que se muestra más sensible a la caída general de actividad económica. En cualquier caso, sobresale el aumento generalizado de ingresos para todos los países, y la relativamente rápida recuperación con respecto a la crisis que se acaba produciendo.

Pero más allá del crecimiento generalizado del sector turístico, que a estas alturas es ya una evidencia, lo más relevante es cómo entender este creciente protagonismo del sector en el marco de la transformación económica estructural que se habría gestado entre los años setenta y la primera década del dos mil. De la **agroexportación tradicional**, basada en el algodón, el banano, el azúcar, el café y la carne, principalmente, se ha pasado a un modelo de inserción en la economía internacional más complejo, con predominio de las **remesas**, la **exportación de productos agrícolas tradicionales y no tradicionales**, la **maquila** y el **turismo**.

Los datos comparativos entre 1978 y 2006 de las divisas que han entrado en el área por sectores y países, dan cuenta de las dimensiones del cambio experimentado. A pesar de sus respectivas particularidades, es evidente que **el turismo tiene un peso significativo en todos los países del área**, y que esta actividad juega un rol relevante en su patrón de inserción económica internacional.

En este contexto, el turismo se ha convertido en uno de los ejes de acumulación priorizados hacia los cuales han transitado los capitales presentes en la región (véase el recuadro de Alejandro Palafox de la Universidad de Quintana Roo).

La transformación económica experimentada ha tenido implicaciones territoriales y de movilidad poblacional, dentro y fuera de Centroamérica, muy profundas. El desarrollo intensivo de cada uno de estos sectores se ha concentrado en áreas particulares, desplazando a otras actividades y movilizandando mano de obra con determinadas características de unos lugares a otros, de acuerdo con sus necesidades específicas. Esto ha reconfigurado **los patrones de asentamiento poblacional en la región**. Los espacios costeros, por ejemplo, que tradicionalmente habían tenido poco valor económico y escasa población, a través del turismo han visto cómo incrementaban los precios del suelo y la llegada masiva de nuevos pobladores, tanto trabajadores asociados a la construcción y el turismo, como nuevos residentes. A su vez, parte de la población local encuentra mayores dificultades para llevar a cabo actividades tradicionales como la pesca artesanal, o el acceso a las playas, entre otras cuestiones.



Extracto del libro Turismo en Centroamérica: un diagnóstico para el debate. Coordinador: Ernest Cañada Mullor. 1ª ed. -- Managua: Enlace, 2013. 164 p



EL TURISMO COMO EJE DE ACUMULACIÓN

Alejandro Palafox Muñoz (Universidad de Quintana Roo)

El modelo económico neoliberal y la apertura comercial ha contribuido a que la actividad turística se convierta en un eje de acumulación y fuente inagotable de recursos económicos. Los Organismos Internacionales (**Banco Mundial [BM]**, **Fondo Monetario Internacional [FMI]**, **Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE]**, **Banco Interamericano de Desarrollo [BID]**) han promovido el desarrollo de infraestructura en las economías emergentes, sobre todo en aquellas con una particular riqueza natural y cultural, y con amplios espacios rurales. Esto ha permitido revitalizar el estancamiento económico de los países capitalistas desarrollados. El turismo, de este modo, se ha convertido en un motor económico tanto de países industrializados como subdesarrollados, debido a su incidencia en el crecimiento y desarrollo económico, toda vez que ha generado empleo e ingresos por medio de la inversión extranjera (Stanislav & Webster, 2006). Desde la década de los noventa comenzó el **impulso al desarrollo de la actividad turística en los países económicamente emergentes**, lo que puede verse reflejado en el número de llegadas internacionales en los distintos países de América Latina y el Caribe.

El Estado tuvo que establecer para ello las condiciones necesarias para que las empresas transnacionales se apropiaran del territorio y el mercado. Esto hizo necesaria una fuerte inversión en infraestructura de acceso y servicios que los Organismos Internacionales financiaron a través de empréstitos. Un ejemplo son los 25 millones de dólares que el **Banco Interamericano de Desarrollo** le otorgó al **Banco de México** en la década de los setenta para la construcción de Cancún.

La expansión del turismo como eje de acumulación ha requerido del siguiente proceso:

- › Solicitud de **préstamos** de los países emergentes a los Organismos Internacionales para la construcción de infraestructura de acceso y servicios.
- › **Reforma legal** para la apropiación del territorio.
- › **Funcionalización del espacio** para la instalación de la oferta turística complementaria (hoteles, restaurantes, plazas comerciales, entre otros).
- › Arribo de los Grupos Turísticos Internacionales y su estrategia comercial **Global Commodity Chains (GCC)**.
- › Eliminación de **barreras arancelarias** y **precarización del empleo**, así como las condiciones laborales.
- › **Homogenización de la actividad**, es decir, que en los destinos turísticos se encontrarán la misma oferta de bienes y servicios, como resultado de la operación de las *Global Commodity Chains*.

Los Organismos Internacionales direccionan la estrategia de libre mercado y las actividades económicas a desarrollar en los países subdesarrollados, generando una **marcada dependencia económica**, de la que el turismo es prueba clara. Las facilidades otorgadas por el Estado posibilitan que el turismo se constituya como un eje de acumulación, este proceso fortalece la formación de Grupos Turísticos Internacionales y la consolidación e integración de nuevas *Global Commodity Chains*. Algunas comunidades receptoras han empleado este tipo de operación y han generado los Grupos Turísticos Locales (GTL's) (Palafox & Zizumbo, 2009; Palafox, 2010; Palafox, Zizumbo & Madrigal 2011).

1.2.2 Realidad guatemalteca

Ante un proceso de articulación de un Plan Estratégico de este tipo, es necesario y fundamental tener en cuenta el contexto socioeconómico y político en el que se va a tener que desarrollar. Más si cabe teniendo en cuenta que su desarrollo no puede desconectarse de la realidad del territorio en donde se asienta y de los intereses de actores públicos y privados con presencia o influencia en la zona.

En este sentido, a nivel estatal hay indicadores que constatan que **Guatemala** es un país en donde se palpa la necesidad de un cambio de modelo económico. A pesar de aumentar su **Producto Interno Bruto (PIB)** en más de un 3% anual en lo que va de siglo, los beneficios de dicho crecimiento repercuten en una minoría de su población. Un hecho constatable teniendo en cuenta la **tasa de pobreza** del 60% que soporta y el mayor **índice de trabajo infantil** de toda América Latina, con más de 850.000 menores integrados en el mercado laboral¹. Además, según un informe del **Banco Mundial** de 2014, Guatemala es el **cuarto país más desigual** de Latinoamérica².

Entre las causas de esta situación se puede empezar por apuntar a la **escasa recaudación fiscal**, cuyo promedio se ubica en el 21,3%, según la **Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)**. Guatemala es, en este sentido, el país con la carga tributaria más baja de América Latina y el Caribe, equivalente sólo al 13% del PIB nacional³. En el caso de una correcta gestión de

los impuestos directos sobre la renta que pagan las personas y el que pagan las empresas sobre sus beneficios, se podría hablar de una cierta compensación de dicha desigualdad, ya que en teoría pagaría más el que más gana o el que más riqueza tiene.

Sin embargo, Guatemala ostenta el dudoso honor de tener el **menor porcentaje de ingresos públicos** en el mundo, en relación con el tamaño de su economía. Una circunstancia que conlleva, por ejemplo, que la **inversión educativa** sea de apenas el 2,9 por ciento del PIB, la más baja de toda Centroamérica, según constata la **Asociación de Investigación y Estudios Sociales (Asies)**⁴. Al cóctel hay que añadir una tasa del 12% de analfabetismo, con más de 1,2 millones de personas mayores de 15 años que no saben leer y escribir⁵.

Ante esta coyuntura y como casi siempre, el turismo está emergiendo como un posible bálsamo y una tabla de salvación a la que agarrarse. Ya en la actualidad, el sector supone uno de las actividades productivas más importantes, con un peso del 5% en la economía nacional, sólo superada por las divisas generadas por el envío de remesas de guatemaltecos emigrados en el exterior. Según datos del **Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC)**, el turismo en Guatemala aportó 183.000 empleos directos en 2014, con la previsión de aumentar un 2,8% anual hasta alcanzar los 247.000 en 2025. Del mismo modo, el turismo en Guatemala está muy centralizado en la capital y son muy pocas las empresas que lo manejan a nivel nacional.



Lectura de referencia: E. Cañada (2016). Turismo y comunidades rurales en Centroamérica: un proceso de desposesión. En Nel.lo, M.G.; Font, A. (eds.). Anudar red. Temas pendientes y nuevas oportunidades de cooperación en turismo, URV, Tarragona, p. 61–89.

Abstract: El fuerte crecimiento que ha experimentado el turismo en Centroamérica desde los años dos mil ha convertido esta actividad en una de las bases de las economías centroamericanas. A medida que el turismo ha ido configurándose como la principal actividad en determinados territorios rurales costeros, estos se han reorganizado en función de las lógicas de acumulación turística. Así, en el artículo se propone un esquema interpretativo de las relaciones entre comunidades rurales y costeras y el capital turístico que tiene en cuenta las disputas y los conflictos que se producen en el territorio y que pueden dar lugar a distintos resultados. En primer lugar, se identifican los procesos de desposesión de recursos naturales esenciales y la desarticulación de la territorialidad asociada a las economías campesinas y pesqueras existentes; en segundo lugar, se describen las dinámicas migratorias provocadas por la expulsión de la población rural y por la atracción de nuevos habitantes, tanto trabajadores como nuevos residentes; y finalmente, en tercer lugar, se analizan las nuevas dinámicas laborales generadas por el turismo, que en su mayoría tienen un carácter subordinado, por el que la población local ocupa los puestos más bajos en la nueva estructura laboral.

El turismo, política de Estado

Con el objetivo de impulsarlo como sector estratégico, en 2015 se lanzó el **Plan Maestro de Turismo Sostenible (PMTS)** durante el gobierno del expresidente **Otto Pérez**. Este, sin embargo, acabó renunciando al cargo en medio de un escándalo de fraude fiscal, que lo dejó en prisión preventiva. Su sucesor, el actual presidente **Jimmy Morales**, firmó hace un año un acuerdo gubernativo por el que su gobierno asumió como política de Estado dicho plan con una proyección para el período 2016-2026, con el objetivo clave de generar crecimiento económico y luchar contra la pobreza.

Enmarcadas bajo el PMTS hay una larga lista de reformas, proyectadas en las próximas dos legislaturas y media. Entre otros cambios estructurales, el gobierno guatemalteco está impulsando una **Ley de Incentivos** que fomente las inversiones en el sector y una relajación de las leyes de protección de las áreas arqueológicas, para permitir desarrollar mejores infraestructuras turísticas. Al hilo de esto último y según palabras textuales del director del Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT), Jorge Mario Chajón, *“las carreteras mayas eran de primerísima calidad, mucho mejores de las que hay hoy. (...) Creemos que las áreas arqueológicas deben protegerse, por supuesto, pero queremos mejorar los accesos”*⁶.

El Plan, como casi todo lo que viene impulsado desde el Estado, genera mucho escepticismo entre la población, pero no deja de ser una declaración de intenciones con la etiqueta de turismo sostenible, que no deja de ser un aval conceptual. En todo caso y ante declaraciones de este tipo, muchas miradas se dirigen hacia la **Reserva de la Biosfera Maya (RBM)**, cuyo potencial medioambiental, cultural y arqueológico la pueden convertir en un destino de gran atractivo, no sólo en Guatemala sino también en Centroamérica.

Frente a esta coyuntura y potencial crecimiento futuro, cabe una reflexión. En un país con una gran riqueza natural y medioambiental como Guatemala, el turismo puede llegar a ser un **mecanismo de desposesión, de desplazamiento forzado y de generación de una desigualdad mayor**. Esto se menciona porque ha sido una dinámica cuantificada en otros contextos y realidades similares, atendiendo siempre a las recomendaciones de voces autorizadas en el sector y de la práctica totalidad de los Organismos Internacionales. Los Estados de economías emergentes formulan políticas públicas para la legislación y catalogación de áreas naturales protegidas, a priori con fines conservacionistas, pero con una visión mercantilista y de desarrollo de una actividad turística vinculada. En la mayoría de casos, sin atender a la realidad social del territorio y anteponiendo intereses foráneos a los derechos de la población local.

1.2.3 El marco del turismo comunitario

El turismo comunitario se entiende como un modelo de gestión de la actividad turística en el que la población local de un determinado territorio rural (principalmente familias campesinas y pueblos indígenas), y a través de sus distintas estructuras organizativas de carácter colectivo (como cooperativas, asambleas comunales, asociaciones o grupos de familias asociados de algún modo), ejerce un papel preponderante en el control de su diseño, ejecución, gestión y distribución de beneficios (Cañada y Fandiño, 2009; Cañada, 2013).

Hablar del empoderamiento local en la toma de decisiones, en el marco de un modelo de turismo sostenible, es hablar de introducir la dimensión comunitaria. El **turismo comunitario** destaca por unir la dificultad de proyectos modestos y pequeños, con **comunidades indígenas y/o campesinas de por medio**, localizadas principalmente en países del Sur, con el inconveniente añadido de que el turismo no ha sido nunca su principal ocupación.

Normalmente surge como una alternativa ante la **crisis rural** y las **políticas contra el sector campesino**. También como una reacción frente a la explotación turística foránea. La principal oferta turística de este modelo se basa en facilitar la

visita de recursos naturales y **entornos rurales** a través de un espacio de relación y encuentro con las poblaciones locales. Posibilita un acercamiento vivencial a lo que la gente, que vive y trabaja en el campo, hace cotidianamente.

Las iniciativas de turismo comunitario requieren de una **visión y una gestión de carácter empresarial**, para garantizar la viabilidad económica y la redistribución de los beneficios de forma eficiente para los propios comunitarios⁷. Esta cuestión ha sido clave en las iniciativas de turismo comunitario que se han podido evidenciar en términos exitosos en Latinoamérica. Por el contrario, cuando se evidencia una falta de profesionalización, esto repercute en problemas a la hora de gestionar, comercializar o comunicar este tipo de proyectos.

En la misma línea, según se ha constatado en numerosos contextos a nivel internacional, el turismo de base comunitaria **no debe sustituir a la principal fuente de ingresos**, que suele ser la agricultura, la ganadería, la artesanía, la pesca u otras actividades tradicionales. Sectores que, por otra parte, son lo que estas comunidades saben hacer bien porque se han dedicado a ello toda su vida. Por el contrario, el **turismo se presenta como una alternativa** para aumentar dichos ingresos, convirtiéndose en un valor en alza socialmente solidario, ya que reduce las desigualdades, además de tener un enfoque culturalmente enriquecedor y ambientalmente respetuoso.

El problema de la falta de profesionalización se ha visto incrementado por otra cuestión, el hecho de que muchos proyectos en el contexto latinoamericano se hayan puesto en marcha con la ayuda de la cooperación al desarrollo y de ONG's.

En este sentido, se ha tendido más de lo deseable a proyectar modelos que han **reproducido típicos esquemas neoliberales de especialización**, para alcanzar así ventajas competitivas, cayendo en una excesiva dependencia de unos pocos factores externos. En lugar de presentar al turismo como una fuente de diversificación, a muchas comunidades se les ha presentado como la única solución de desarrollo, abandonando sus actividades tradicionales y apostando todo a una sola fuente de ingresos.

Además, muchas ONGs y actores públicos a nivel local o regional han considerado que las organizaciones comunitarias pueden beneficiarse del **desarrollo de mega-proyectos turísticos**. En realidad, esto se trata de una contradicción en sí misma, ya que supone legitimar a los mismos actores que dinamitan las posibilidades de subsistencia del sector campesino o indígena, ya que se basan en la sobreexplotación de recursos necesarios para el desarrollo rural de base campesina como el agua o la tierra, entre otros.

Otro problema muy generalizado ha sido la **proliferación de certificaciones** que regulan este tipo de turismo, como ocurre también de forma más general con el turismo responsable o sostenible. Esta proliferación no es buena, ya que **incrementa los costes de los gestores comunitarios** para hacer frente a los altos gastos que suelen conllevar. Al final, sólo unas pocas comunidades pueden acceder a costearse estas certificaciones y se terminan incrementando las desigualdades, en lugar de paliarse.

Al final, el poder político, el que decide qué es comunitario y que no, no se concentra en las propias comunidades sino en los países desarrollados de origen, que deciden que es promocionable y que no, dando la certificación o negándola. Esto no implica, en cualquier caso, que determinados procesos de certificación puedan ser útiles, sobre todo cuando sirven para mejorar el nivel de calidad en la prestación de servicios y el funcionamiento global de la oferta de turismo comunitario.

En definitiva, conviene remarcar lo que debe ser una línea roja de base para poder hablar de turismo comunitario. No se pueden lograr **mercados alternativos** sin construir **estructuras políticas controladas por las propias organizaciones comunitarias** de campesinado o grupos indígenas. Tienen que ser ellos mismos, a través de redes nacionales, agrupaciones o espacios de trabajo de turismo comunitario, las que tienen que desarrollar instrumentos de gestión con poder de decisión. Estas estructuras deben ser, además, las que tienen que dar garantías a los propios turistas sobre el valor de sus proyectos, asegurando la redistribución de los beneficios y el **empoderamiento de las comunidades** a través de un turismo complementario a otros sectores productivos.

En este sentido, se han podido identificar **fórmulas eficientes de comercialización** y de **posicionamiento en el mercado turístico** de iniciativas comunitarias a través de estructuras propias de gestión y decisión. Por un lado, destaca la consolidación de numerosas iniciativas comunitarias orientadas de forma directa a un

mercado de proximidad de clase media y baja. Por otro lado, a partir de fortalecer estructuras propias de intermediación o de alianzas con actores afines, lo que ha permitido apuntalar alternativas viables en las formas de articulación comercial en el sector⁸.



1.2.4 Turismo Comunitario en la Asociación de Comunidades Forestales de Petén (ACOFOP)

Fundada en 1995, en plenas negociaciones de los Acuerdos de Paz, la **Asociación de Comunidades Forestales de Petén (ACOFOP)** es una entidad de segundo nivel, sin fines de lucro, que representa a 24 organizaciones de base comunitaria de la región.

El fortalecimiento de las buenas prácticas medioambientales, la generación horizontal de oportunidades socioeconómicas y la mejora de la calidad de vida de la población campesina son parte de su visión constitucional. Más allá de eso, cuenta con gran respaldo y representatividad social, en un contexto nacional en donde la presencia institucional es muy débil en muchos aspectos. Por eso, la incidencia política y el nexo conector que otorga a las diferentes organizaciones comunitarias resulta fundamental.

La defensa de los derechos adquiridos por las comunidades que habitan y/o gestionan los territorios concesionados dentro de la RBM es parte fundamental de su naturaleza fundacional. A través de la gestión forestal integral y sostenible de dichos territorios, se generan oportunidades socioeconómicas para la población campesina residente, derivados de las actividades maderables y no maderables vinculadas. En este último caso, fundamentalmente de la extracción de chicle o de las hojas del xate.

Como complemento a estas actividades forestales, el turismo comunitario se presenta como una opción de diversificación económica para las comunidades, cuyos orígenes se remontan dos décadas atrás. Hasta diez organizaciones comunitarias bajo el paraguas de **ACOFOP** han organizado **Comisiones de Turismo** para implementar y gestionar este rubro, con la idea de desarrollar circuitos turísticos en áreas de manejo, aunque en la actualidad algunas están más activas (Cooperativa Integral Carmelita, Cooperativa La Técnica Agropecuaria, Sociedad Civil El Esfuerzo o Sociedad Civil Custodios de la Selva). Las demás están en procesos intermedios de preparación y otras (que no aparecen en el cuadro), tienen iniciativas de turismo para desarrollar a futuro:

Organización	Área bajo Manejo	Productos Turísticos Actuales/Potenciales
Sociedad Civil Árbol Verde	Las Ventanas	Ruta del Jaguar
Sociedad Civil El Esfuerzo	Yaloch	Yaloch
Sociedad Civil Impulsores Suchitecos	Río Chanchich	
Sociedad Civil Laborantes del Bosque	Chosquitam	La Honradez-Río Azul
Sociedad Civil Custodios de la Selva	La Unión	Finca El Paraíso
Organización Manejo y Conservación Sociedad Civil	Uaxactún	Uaxactún
Cooperativa La Técnica Agropecuaria	Propiedad Privada	Yaxchilán-Piedras Negras
Cooperativa Integral Carmelita	Carmelita	El Mirador
Asociación Forestal San Andrés Petén	San Andrés	
Asociación Forestal Integral Cruce a La Colorada	Cruce a la Colorada	

El turismo comunitario, en el contexto de las áreas de manejo forestal, puede ser un instrumento de puesta en valor del trabajo que se viene haciendo de conservación y protección de la biodiversidad. A pesar de su reciente desarrollo en las organizaciones comunitarias implicadas y de no tener la importancia de otras actividades productivas maderables y no maderables, el **turismo comunitario ya ha supuesto un rubro importante para algunas comunidades**, aunque sólo existen registros continuados en el tiempo de los ingresos generados en la Cooperativa Integral Carmelita y en Cooperativa La Técnica Agropecuaria.

A pesar del potencial turístico existente y las inversiones realizadas para su desarrollo, el turismo comunitario en la RBM enfrenta diversos retos:

- poca afluencia de visitantes debido a la falta de desarrollo de producto con un enfoque experiencial y vivencial
- incumplimiento de estándares básicos de calidad
- falta de inversión para el desarrollo y fortalecimiento de capacidades para el desarrollo turístico comunitario con enfoque de mercado
- falta de una marca y promoción comercial del destino RBM que sea atractiva para los viajeros y los actores de la cadena de valor del turismo
- articulación comercial débil o en condiciones de desventaja para las comunidades

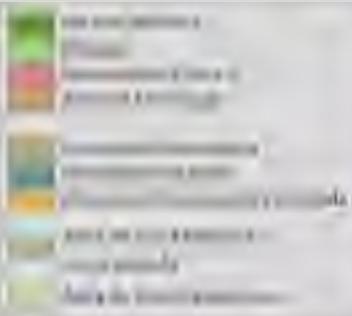
- desconocimiento de los requerimientos de la demanda y de las tendencias en turismo
- carencia de una estrategia de mercadeo efectiva concentrada en la inserción de los productos turísticos de base comunitaria a circuitos turísticos ya existentes.

Con el objetivo de paliar algunas de estas cuestiones, así como para consensuar y fortalecer una **estrategia comercial y de posicionamiento en el mercado**, en 2015 se lideró desde **ACOFOP** un proceso participativo con las Comisiones de Turismo en marcha para crear una **operadora de turismo comunitario**. Todo ello con el objetivo de posicionarla en el mercado y especializarla en el destino de la RBM, con gestión local por las propias comunidades y garantizando beneficios para sus miembros, a través de sistemas de buenas prácticas de calidad y sostenibilidad.



LA RESERVA DE LA BIOSFERA MAYA

- Concesiones comunitarias con mayor desarrollo turístico
- Parque Nacional con mayor presión turística



MÉXICO



BELICE

1.3 Espacios naturales protegidos, patrimonio cultural y turismo

1.3.1 Las Reservas de la Biosfera como figura de protección

En 1971 la Unesco empezó el **Programa sobre el Hombre y la Biosfera** (*Man and Biosphere* en su denominación inglesa y comúnmente abreviado por su acrónimo MaB). El objetivo de partida de este tipo de declaratoria, reconocida y reconocible a nivel internacional, ha sido el de cimentar la mejora de las relaciones entre las personas y el ambiente a largo plazo, compatibilizando actividades humanas sostenibles con el uso y conservación de los recursos naturales, esbozando en la práctica el concepto de desarrollo sostenible.

De esta forma, la **Red Mundial de Reservas de la Biosfera** está constituida, en estos momentos, por 669 espacios repartidos en 120 países. De todos ellos, **España** es el primer país del mundo en número de espacios declarados, con 48 Reservas de la Biosfera que abarcan el 11% del territorio. Algunas de ellas son muy emblemáticas, no sólo por el valor ecológico y medioambiental que tienen, sino por lo que significan.

Por ejemplo, el 7 de octubre de 1993 fue la primera vez que, en el ámbito español, se declaraban dos islas completas como Reservas de la Biosfera, como fue el caso de **Lanzarote (Islas Canarias)** y **Menorca (Islas Baleares)**. Dos islas muy diferentes por geografía, paisaje y cultura, pero muy parecidas en muchos aspectos sociales y problemáticas ambientales.

Empezando por el propio carácter insular, con escasez de recursos como el agua o el suelo. El aislamiento y su ubicación geográfica en la región macaronésica en el **Atlántico** (en el caso de **Lanzarote**) o en el **Mediterráneo** (en el caso de **Menorca**), les han otorgado las condiciones ideales para la evolución y conservación de numerosas especies de flora y fauna endémica y autóctona. Una circunstancia potenciada por la variedad de ecosistemas y por un rico patrimonio cultural material e inmaterial ligado a actividades tradicionales que se sirvieron y apoyaron en muchos de sus recursos más singulares.

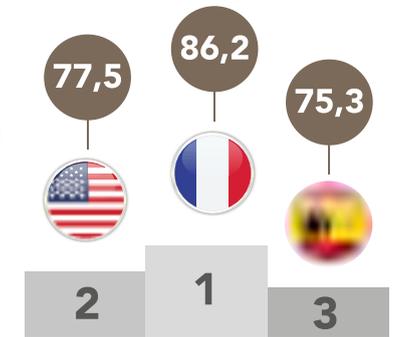
Del mismo modo, hablamos de dos destinos turísticos insulares de primer orden, los archipiélagos de Canarias y Baleares, como punta de lanza de una de las potencias turísticas internacionales, España. Por lo tanto, territorios frágiles y de gran valor ecológico, medioambiental y sociocultural, sometidos a una creciente presión turística, en donde el equilibrio entre conservación e impactos descontrolados supone una delgada línea. Todo un laboratorio de pruebas, bajo el marco de una realidad implícita a muchos espacios naturales protegidos, como sucede con las Reservas de la Biosfera.





ESPAÑA
RECIBIÓ
75,3
MILLONES DE
TURISTAS EXTRANJEROS
EN **2016**

Ranking mundial
de países con
mayor atracción
turística
(millones de personas)



	MILLONES DE TURISTAS INTERNACIONALES	RESIDENTES
ISLAS CANARIAS 2016	13,3	2,2 MILL
LANZAROTE	2,9	143.000
ISLAS BALEARES	13	1,1 MILL
MENORCA	1,4	93.000



La experiencia de la Reserva de la Biosfera de Lanzarote (España)



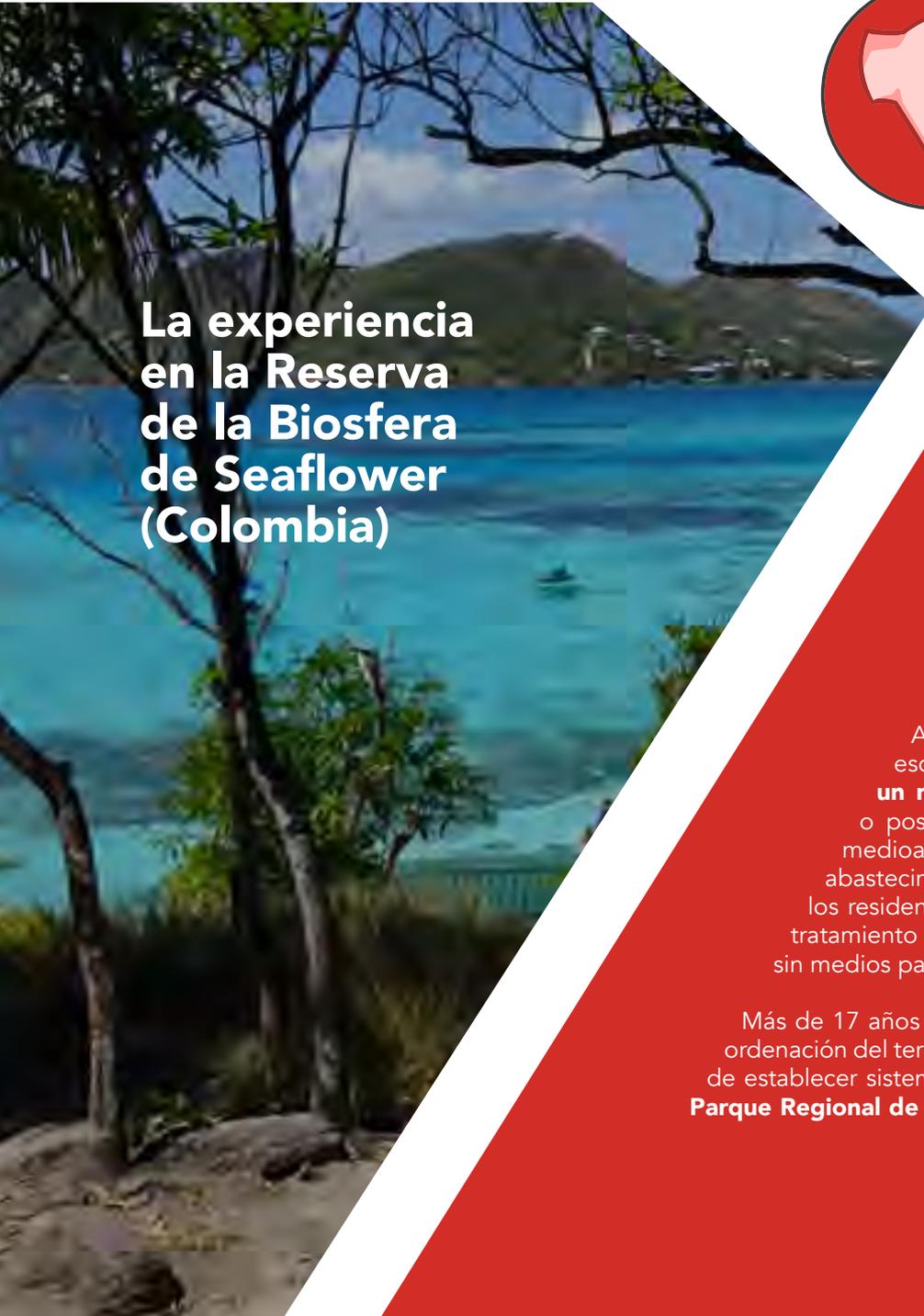
El órgano gestor de la **Reserva de la Biosfera de Lanzarote**, mediante diferentes proyectos de ordenación y sensibilización, ha alcanzado algunos logros de referencia desde su declaración. Por ejemplo, generar un sentido de pertenencia entre la población local o la incorporación a la sociedad de conceptos como límite territorial y capacidad de carga. También se logró en su momento la reducción de un 60% (250.000) las plazas turísticas previstas en planes de ordenación anteriores a la declaratoria.

Otra cuestión, no menos importante, es la concentración, zonificación y ordenación de tres núcleos turísticos, liberando de una mayor carga y presión turística las zonas más frágiles en términos conservacionistas. Del mismo modo, se ha limitado el suelo urbano o urbanizable al 8,8% del espacio insular y, como rasgo identitario muy característico, se han establecido condiciones de calidad, estéticas y tipológicas en la arquitectura residencial y en muchas de sus infraestructuras turísticas.

En la actualidad, las cinco islas menores en Canarias (además de **Lanzarote**, también **Fuerteventura, La Gomera, La Palma y El Hierro**) son también Reservas de la Biosfera en sí mismas. Las dos mayores, **Tenerife y Gran Canaria**, tiene parte de su superficie protegida por esta misma figura. De todas ellas, Lanzarote ha sido pionera en articular una oferta turística bajo criterios de sostenibilidad medioambiental y sociocultural, conectada con los valores de la Reserva de la Biosfera.

Un club de producto turístico en donde hay encuadradas experiencias turísticas de buceo, gastronómicas, culturales, biológicas, de senderismo, de astroturismo o agroturismo, entre otras. De gestión local, son experiencias turísticas singulares y diferenciadas que facilitan una lectura sensorial de las relaciones entre el hombre y los paisajes de la isla con elementos tangibles e intangibles.

El objetivo es captar turistas interesados en conocer y disfrutar paisajes bien conservados, donde el hombre ha sido protagonista en su creación y conservación, mediante servicios turísticos básicos y complementarios, la interpretación de estos paisajes y su evolución por efecto de las actividades humanas, y el consumo de productos locales generados por actividades productivas ligadas a su patrimonio más singular.



La experiencia en la Reserva de la Biosfera de Seaflower (Colombia)



El 10 de Noviembre de 2000, el **Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina (Colombia)**, fue declarado Reserva de Biosfera. Desde entonces forma parte de la Red Mundial de Reservas de Biosfera con el nombre de **Seaflower**. Uno de los factores que más influyó en la declaratoria, fue su extensión de 300.000 kilómetros cuadrados, que la convierte en la Reserva de Biosfera con mayor área marina que existe en la actualidad.

Esta declaratoria surgió con el objetivo fundamental de promover de manera amplia un modelo de desarrollo sostenible en este departamento colombiano. Un marco que permitiría armonizar los diferentes programas trazados por la Corporación para el Desarrollo Sostenible del Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, **CORALINA**, desde su creación en 1995, siempre con base en la concertación y la participación de la comunidad local e integrarlos con los planes y programas de otras instituciones.

Con una extensión total de 18 millones de hectáreas, las principales características redundan en una gran biodiversidad marina y costera, con más del 77% de las áreas coralinas de Colombia. También alberga innumerables ecosistemas como manglares, praderas de fanerógamas marinas, fondos arenosos, playas y ecosistemas profundos, además de especies clave de fauna marina. Un contexto diferente al de Lanzarote en España, pero con el denominador común de tratarse de territorios insulares, con ecosistemas frágiles, recursos limitados y presión turística en crecimiento exponencial.

A pesar de la declaratoria y del enorme potencial para desarrollar un turismo de bajo impacto y a pequeña escala, enfocado en los innumerables atractivos naturales del área, en la actualidad **el archipiélago soporta un modelo turístico totalmente descontrolado**. La oferta alojativa se multiplica en forma de albergues o posadas y muchos hoteles aumentan su capacidad año a año sin ningún tipo de límite. Los impactos medioambientales se suceden, sobre todo debido a la escasez de agua y la precariedad en el servicio de abastecimiento. El saneamiento básico y alcantarillado es muy básico, apenas pensado en las necesidades de los residentes locales y no en la población flotante de turistas. La generación de residuos y las carencias para su tratamiento agravan la situación, a lo que hay que añadir que sólo existe un único hospital, que se ve desbordado y sin medios para atender a los pacientes.

Más de 17 años después de obtener la condición de Reserva de la Biosfera, no sólo no se ha trabajado en materia de ordenación del territorio y conservación de los recursos de este frágil archipiélago, sino que se ha confirmado la incapacidad de establecer sistemas fiables de gestión. A mediados de 2017, se ha estado a punto de prohibir la entrada de turistas al **Parque Regional de Johnny Cay**, islote que es una de las principales atracciones turísticas del archipiélago de **San Andrés**,

1.3.2 Alternativas de desarrollo socioeconómico compatibles con la conservación

Son muchos los ejemplos que apuntan a que las poblaciones de base campesina y comunitaria construyen y desarrollan un **estilo de vida cercano a su entorno**, con prácticas tradicionales económicas, sociales y culturales muy ligadas al paisaje. En contextos así, la intervención de actores externos puede llegar a agudizar las **desigualdades socioeconómicas** y debilitar las **instituciones comunitarias**, a partir del uso y aprovechamiento del patrimonio natural y cultural del territorio como simple mercancía, lo cual se ha demostrado en muchos contextos diferentes.

El **turismo comunitario** es, ante esta potencial coyuntura, una herramienta para el fortalecimiento y empoderamiento de las comunidades. Siempre a partir de actividades económicas de gestión local, que propicien emprendimientos responsables para un desarrollo sostenible y equitativo de las poblaciones comunitarias, con una gestión empresarial eficiente y con estímulos hacia la conservación de los recursos de los que dependen para vivir. Especialmente si tienen **garantías de derechos a largo plazo**, tanto sobre los recursos como sobre el territorio.

Por tanto, el turismo comunitario ligado a recursos de naturaleza y normalmente practicado en espacios naturales protegidos, puede suponer una fórmula de **mejora socioeconómica** y **generación de oportunidades** para las zonas rurales, además de un instrumento para evitar el

deterioro medioambiental del entorno. De hecho, según la Organización Mundial del Turismo (OMT), en 2020 la práctica de un turismo responsable de naturaleza podría significar en torno al 20-30% del movimiento turístico mundial.

Sin embargo, mantener el equilibrio entre la interacción con flora y fauna salvaje no siempre resulta sencillo. Un estudio de la **Universidad de Cambridge** en 2015 estimaba que los parques nacionales y reservas naturales reciben cada año 8.000 millones de visitas, más que la población mundial⁹. Unas visitas que, a falta de regulación y control, pueden cambiar la conducta de los animales, lo que a su vez puede tener consecuencias ecológicas.

Así lo atestiguan otros análisis más específicos. Por ejemplo, según un estudio internacional coordinado por la **Universidad James Cook** de **Australia**, la saturación del mercado de avistamiento de delfines en varios países asiáticos como **Camboya, Indonesia, Malasia, Tailandia y Filipinas** está poniendo en peligro a la población de estos mamíferos marinos¹⁰. En todo el mundo, la moda de nadar junto a los delfines atrae a 13 millones de personas anualmente. En 2017, la **Universidad de Oviedo** de **España**, ha publicado que el turismo vinculado al avistamiento de osos puede generarles estrés, alterar negativamente sus hábitos de alimentación o fomentar que estos animales se habitúen a la presencia de humanos, incrementando el riesgo de conflictos¹¹.

Por tanto, la delgada línea que separa la conservación de la amenaza es tan fina, cuando se trata de espacios naturales, que siempre menos es más. Y no sólo eso. Se debe tener en

cuenta siempre un equilibrio con los tres pilares de la sostenibilidad, el económico, el social y el medioambiental, **incorporando a las poblaciones locales en el diseño y gestión del modelo**. En este sentido, todos los agentes y sectores implicados deben poner de relieve la importancia de la conservación de la biodiversidad y de todos los recursos naturales y paisajísticos, sin olvidar la necesaria dimensión cultural y etnográfica del territorio.



COMPLEJO
ASTRONOMICO MENOR
MENOR ASTRONOMIC
COMPLEX

1.3.3 Patrimonio Mundial de la Humanidad: ¿ventaja o desventaja?

Guatemala aparece en la lista de **Patrimonios Mundiales de la Humanidad de la UNESCO** desde el año 1979, cuando se nominó a la **Antigua Guatemala** como Patrimonio Cultural y al **Parque Nacional de Tikal** en **Petén** como Patrimonio mixto (cultural y natural). Dos años después, el **Parque Arqueológico de Quiriguá** y sus ruinas pasaron a estar en la misma categoría.

A priori, este tipo de declaraciones, además de ser una oportunidad de visibilizar el patrimonio y fomentar su conservación, es una fórmula para poner en valor los diversos lugares naturales o culturales alrededor del mundo. En este sentido, la carga cultural, turística y económica que conlleva el concepto es importante. En teoría, el hecho de que sean declarados de tal manera debería ayudar económicamente a las comunidades receptoras de turismo, aunque no siempre es así.

Existen contextos exitosos donde se ve un desarrollo significativo en la región y también casos donde sucede todo lo contrario, principalmente en países en desarrollo o destinos emergentes. En realidades de este tipo, una mayoría de los beneficios generados se van al extranjero debido a la gestión del patrimonio por parte de empresas transnacionales. Hay casos muy emblemáticos en este sentido, a lo largo y ancho del mundo, que ejemplifican una fórmula de concebir ese patrimonio desde una perspectiva mercantilista y no conservacionista, lo que termina por generar desigualdades con respecto a las comunidades receptoras.

a. Las Cataratas Victoria – Zimbabwe / Zambia

Declarado Patrimonio Natural de la Humanidad en 1989, hay dos localidades que están muy cerca de las cataratas. Del lado de Zimbabwe está **Victoria Falls** y del lado zambiano está **Livingstone**, pueblos con buenas infraestructuras de hospedaje, tiendas de souvenirs, empresas que ofrecen tours guiados y alquiler de vehículos o restaurantes, entre otros. La mayoría de empresas prestatarias de servicios turísticos son extranjeras, la población local tiene acceso a una pequeña parte de los puestos de trabajo, normalmente que requieren poca cualificación y con salarios muy bajos.

Por si fuera poco, la inflación y el encarecimiento de la vida hace prohibitivo el acceso a muchos productos de consumo básico a la población local. Del mismo modo, a pesar del enorme poder de atracción de visitantes que tiene este reconocido lugar, ambos países cuentan con algunos de los **Índices de Desarrollo Humano (IDH)** más bajos del mundo. En este caso, la declaratoria y el turismo asociado a ella no se han convertido precisamente en un motor de desarrollo socioeconómico local, sino que ha creado más brechas y desigualdades.

b. Angkor Wat – Camboya

Con un increíble legado histórico, Angkor está considerada la ciudad preindustrial más grande del mundo, con un complicado sistema de infraestructuras que conectaba una extensión urbana de al menos 1.000 kilómetros cuadrados. Es la sede de diferentes templos declarados

Patrimonio de la Humanidad, entre los que destaca **Angkor Wat**, el monumento religioso más grande del mundo. Actualmente es uno de los símbolos de Camboya y aparece incluso en su bandera.

Los templos de Angkor registran unas visitas estimadas de 2 millones de visitantes al año. Una cifra que, por un lado, choca con la estimación de la UNESCO de la capacidad de carga del conjunto, estimada entre 500.000 y 700.000 visitantes internacionales. Por otro, el precio de la entrada (20 dólares para un día, 40 para tres días y 60 para una semana) apenas repercute en mejorar las condiciones de vida de la población del área, en un contexto sumamente complicado.

De hecho, en Camboya, el **coeficiente de GINI** es del 0,4%, lo que significa que un 10% de la población más rica ingresa casi el 40% del total de ingresos nacionales. A la guerra civil que sumió el país, que duró algo más de 5 años, le siguieron 12 años de inestabilidad y conflictos, que ha generado una gran depresión económica. ¿Cómo es posible que estos ingresos no reinviertan más en la zona? La gestión del templo, incluida la recaudación, la lleva a cabo **Sokimex**, un grupo de empresas de origen vietnamita con intereses en sectores como el petrolero, la hostelería o el de las aerolíneas.

Sokimex cuenta con la cesión en exclusiva (y sin ningún proceso de subasta pública) de los derechos de gestión. Por su parte, **APSARA** (*Authority for the Protection and Management of Angkor of Siemp Reap*) sólo recibe un 5% de los ingresos del complejo. Esto conlleva que apenas

se reviertan ingresos en la conservación, lo que supone un lamentable estado de muchos de los templos.

partir de dinámicas de despojo, desplazamiento forzado y desposesión de las comunidades locales, con procesos de disputas en torno al uso y conservación de los recursos¹⁵.

c. Cartagena de Indias – Colombia / Salvador de Bahía – Brasil

Son casos paradigmáticos de gentrificación y exclusión social a partir de procesos turísticos asociados a declaratorias como Patrimonio Mundial de la Humanidad. Desde el momento de su declaración¹², el centro histórico de Salvador de Bahía ha perdido el 80% de su población residente. El de Cartagena, declarado también Patrimonio Mundial de la Humanidad¹³ y uno de los principales polos de atracción de visitantes a Colombia, no es una excepción en este sentido. Además, **Cartagena** es una de las ciudades con más **pobreza** y **desigualdades** sociales de Colombia, según el *Informe Programa Cartagena como Vamos*¹⁴.

d. Parque Tayrona y Montes de María en el Caribe – Colombia

El afianzamiento del poder paramilitar, en pleno conflicto armado con movimientos guerrilleros, tuvo consecuencias dramáticas sobre el uso y el control de los recursos en este territorio colombiano. Espacios naturales protegidos como el **Parque Nacional Natural Tayrona** y la subregión de **Montes de María** sirven para ilustrar como espacios de este tipo han sido forjados a







GUÍA COMUNITARIO
AUTORIZADO



JUAN ARIEL POP SANCHEZ

ALDEA UAXACTÚN.

Area de trabajo

ESPAÑOL

Idioma (s)

1185

No. Carné

11-06-2018

Vencimiento

1.4 Turismo con valor añadido para la comunidad local

Se podría concluir, por tanto, que las declaratorias con figuras de protección de un determinado espacio natural o un patrimonio cultural no siempre son sinónimo de conservación de dichos recursos. Y no sólo eso, ya que muchas veces **la población residente queda excluida de los procesos de gestión** y de la **toma de decisiones en materia turística** de estos espacios. Algo, esto último, fundamental y que subyace bajo un modelo de turismo sostenible, el de la participación local. En este sentido, la dimensión comunitaria puede asegurar una voluntad de control colectivo sobre los recursos y el territorio.

De hecho, es una cuestión importante bajo el paraguas de una figura como las Reservas de la Biosfera. Su razón de ser se basa, en este sentido, en la compatibilización de la lógica conservacionista con las actividades humanas sostenibles. Una cuestión, sin embargo, que no se tiene en cuenta siempre, constatándose como, normalmente, los aspectos culturales quedan eclipsados por los valores naturales. Esta es una circunstancia que puede llegar a generar una cierta desconexión de la población residente, así como una falta de implicación en la gestión y asimilación en los modelos de gestión de las reservas.

En esta línea apuntan algunas de las conclusiones del estudio **“Gestión, protección y despoblación de en las reservas de la biosfera de la Cordillera Cantábrica”**, publicado en el último número de la publicación del Centro Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) basado en el análisis de 12 de las 48 Reservas de las Biosfera españolas. Las reservas de la biosfera de la Cordillera Cantábrica se vacían y el éxodo rural sangra estas zonas. A modo de conclusión, se apunta a la excesiva importancia que se da a la conservación del patrimonio natural, enturbiando el desarrollo de actividades económicas sostenibles, como objetivo de esta figura de protección del territorio.

Si bien es cierto que muchas de las actividades tradicionales son deficitarias o que pueden entrar en conflicto con un plano conservacionista. Por ejemplo, en la **Reserva de la Biosfera Ría Celestún en México**. Un espacio que forma parte del corredor costero de humedales mejor conservados de la parte occidental de la Península de Yucatán, junto con la **Reserva Estatal El Palmar en Yucatán** y la **Reserva de la Biosfera Los Petenes en Campeche**. Caracterizado por una alta concentración de biodiversidad, especialmente flora, aves y mamíferos, las relaciones con las comunidades que habitan el área es tormentosa, ya que han visto como su actividad tradicional, la pesca, se ha visto sometida a numerosas regulaciones y prohibiciones.



La falta de información e implicación en los procesos de gestión del espacio protegido ha generado desconfianza y muchas situaciones de conflicto. Por si fuera poco, con un crecimiento poblacional alto y una colonización desorganizada, la actividad turística en **Celestún** se ha convertido en una de las principales fuentes de ingresos. Su crecimiento se ha dado de manera descontrolada y las comunidades no han logrado trabajar de forma organizada, generándose una feroz competencia por captar a los turistas. No existe apenas regulación, lo que crea una gran presión por ejemplo sobre las poblaciones de flamenco rosado, que se ven afectadas por la presencia de numerosos turistas y por el ruido de los motores.

El caso de la **Reserva de la Biosfera Ría Celestún** es solo una muestra de tantas de cómo espacio natural protegido no es sinónimo de conservación, ni Reserva de la Biosfera equivale a dimensión cultural, ni turismo vinculado con la naturaleza equivale a ecoturismo. Se debe analizar caso por caso y atender a múltiples prismas. De hecho, en toda esta ecuación, probablemente el eslabón más débil de la cadena es el de las

comunidades. Algunas razones sobre cómo estas pueden quedar al margen de los beneficios del turismo pueden ser los siguientes:

- **Más desigualdad a partir del turismo.** En ocasiones, los beneficios generados por el turismo no se redistribuyen equitativamente. Bien porque el grueso de los ingresos va a parar a la población residente con mayores recursos económicos, posibilidades para emprender o mejor relacionadas con los grupos de poder. Bien porque la comunidad local vive dispersa en pequeños grupos poblacionales, lo que supone un agravio comparativo en la medida en que haya más o menos facilidad de acceso a los recursos con mayor potencialidad turística.

- **Injerencias externas.** Muchas veces los modelos turísticos se plantean con la mayor parte del gasto turístico en destino gestionado y controlado por empresas turísticas extranjeras. A no ser que haya estructuras comunitarias que den apoyo, los emprendedores locales tienen difícil acceder a créditos blandos para iniciar proyectos de forma individual. Una circunstancia que cambia radicalmente si se asocian con empresas extranjeras.

- **Monocultivo económico.** El plano conservacionista de un espacio protegido acota muchas actividades tradicionales, tal y como se han realizado hasta ese momento. Por incapacidad o imposibilidad, el turismo en ese contexto surge como una alternativa que acaba sustituyendo a la principal fuente de ingresos, que suele ser la agricultura, la ganadería y la pesca. La falta de profesionalización y de acceso a formación específica, unido al hecho de apostar todo a una carta, suele conllevar impactos irreversibles de control y gestión eficiente de la actividad turística por parte de la comunidad local.

- **La gestión de las expectativas sin caer en la decepción.** Sobre todo cuando no se atraen suficientes visitantes que generen ingresos acordes y rápidos, vinculados a emprendimientos turísticos. La influencia de la estacionalidad turística puede ser otro factor a tener en cuenta en este sentido, ya que no se generan ingresos estables con el turismo durante todo el año. Esto puede generar desmotivación y dejadez frente a otras prácticas de gestión sostenible del territorio.



1.5 La Reserva de la Biosfera Maya (RBM)

En la actualidad, el 14% del territorio mundial cuenta con algún nivel de protección como espacio natural protegido. La cifra asciende hasta casi el 25% en el caso de América Latina, el doble de superficie que hace 25 años, con una amplia variedad de ecosistemas diferentes.

Cabe destacar que hay seis países latinoamericanos que figuran dentro de los 30 con mayor porcentaje de territorio bajo protección, entre los que se encuentra Guatemala



Venezuela
54%



Nicaragua
37%



Belize
37%



Trinidad y Tobago
32,5%



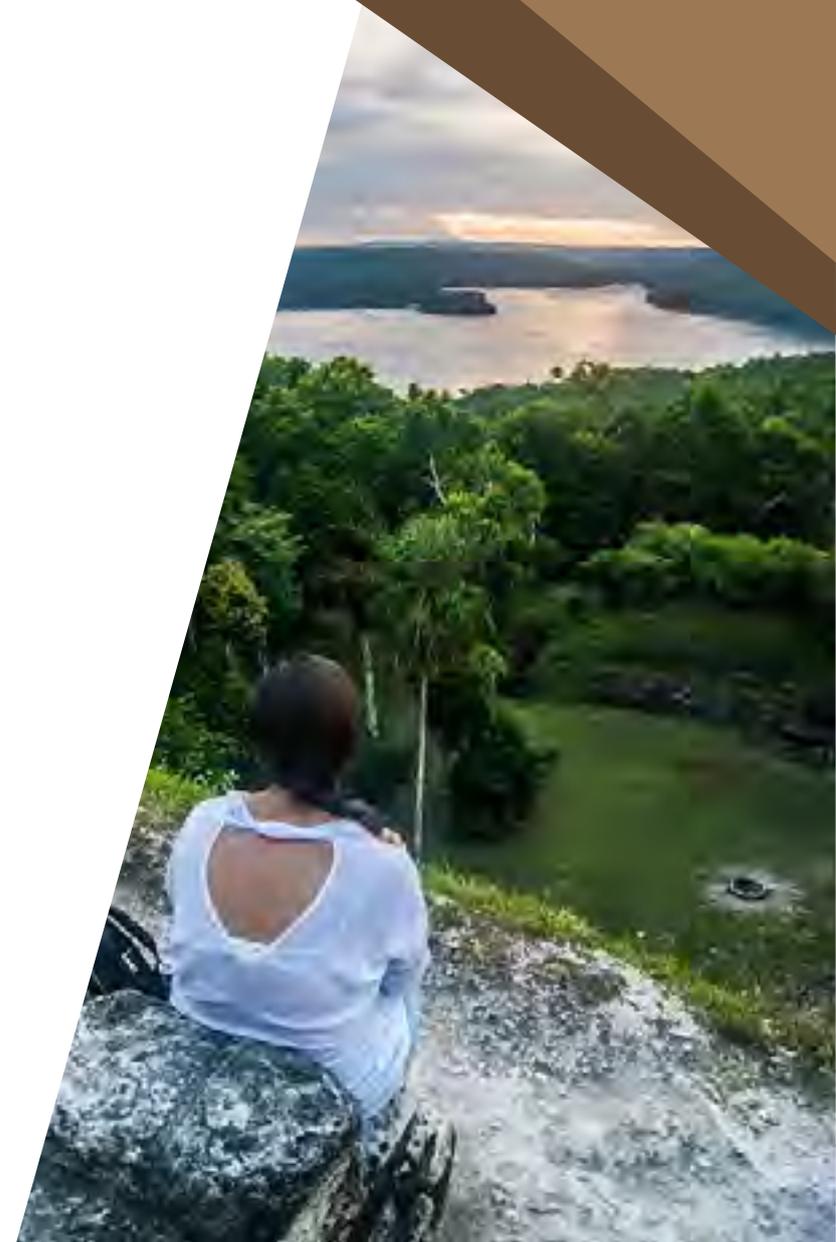
Guatemala
32%



Perú
31,5%

Si Guatemala, con siete biomas, 14 zonas de vida y más de 300 microclimas, está considerado como uno de los 19 países megadiversos del mundo, la **Reserva de la Biosfera Maya (RBM)** es uno de sus máximos estandartes en lo que a biodiversidad se refiere. Con un 31% de superficie regulada por alguna figura de protección en el país, la RBM es el área protegida más grande.

Supone el 10% del territorio nacional y cabe mencionar, además, que la selva tropical que cubre buena parte de esta región en el departamento de **Petén**, junto con el sur de **México** y el oeste de **Belice**, es la más grande de este tipo en **Mesoamérica** y supone el 35% del bosque remanente que queda en Guatemala.



1.5.1 Realidad sociopolítica del espacio protegido

Tal y como apuntan los investigadores **Silvel Elías** e **Iliana Monterroso** en su informe *“La lucha por los derechos territoriales para las comunidades rurales: La experiencia de ACOFOP en la Reserva de la Biósfera Maya, Petén”*¹⁶, se pueden destacar tres momentos clave en la evolución de los derechos de tenencia sobre los bosques en la RBM.

A finales del siglo XIX, se percibía Petén como un **“espacio vacío”**, sin importancia aparente. Una cuestión que cambia sustancialmente a partir del “descubrimiento de su potencial forestal vinculado a la caoba y al chicle”. En este período surgen algunas comunidades como **Carmelita, Uaxactún y Cruce a La Colorada**, formadas por trabajadores forestales, que actualmente son parte de ACOFOP. A mediados del siglo XX, los hallazgos de sitios maya como Tikal y la revelación del potencial arqueológico del área acabó por poner definitivamente a la región en el mapa.

A partir de 1957 da comienzo el segundo periodo histórico reseñable, momento en el que “el Estado asume el control de la región como parte de la **colonización agropecuaria**”. Se conoce como “válvula de escape” a la estrategia para dar respuesta a la “grave problemática agraria de por aquel entonces”, tras no funcionar un programa de **Reforma Agraria** implementado entre 1952 y 1954. El origen de la reserva forestal que dará lugar más tarde a la actual RBM viene

de esta época, en un contexto marcado por la aparición de **cooperativas campesinas** y de un reparto anárquico de derechos de uso y gestión de “tierras de nadie”. Un momento histórico caracterizado por el descontrolado “avance de la frontera agropecuaria, la depredación forestal y la represión militar contra las organizaciones campesinas”.

Ya en los años 90 llega el tercer momento. Tras casi 40 años de conflicto armado interno, en el marco de la **Guerra Fría**, los **Acuerdos de Paz de 1996** abrieron una nueva coyuntura. Un contexto histórico que no difiere mucho de otros países limítrofes y que causó un gran impacto en el país, en términos económicos y políticos, agudizando la polarización de la sociedad guatemalteca entre las élites político-financieras y la población campesina e indígena.

Como parte de esos acuerdos se contempló la cesión legal, por parte del Estado, del derecho de uso racional a las organizaciones comunitarias de los recursos naturales y servicios dentro de la **Zona de Usos Múltiples (ZUM)**, una de las tres categorías de manejo del territorio en la RBM. Un mecanismo administrativo, con una vigencia de 25 años, cuyo objetivo de partida fue generar oportunidades para las comunidades campesinas que habitaban las zonas con mayor incidencia del conflicto. Las concesiones forestales fueron establecidas legalmente con base a la **Ley Nacional de Áreas Protegidas** y bajo el acuerdo estatal de ser otorgadas a comunitarios que ya hacían uso de los recursos en el área.

La Zona de Usos Múltiples (ZUM), que abarca el 38% de la reserva, tiene por tanto una importancia crucial, ya que conecta a todos los parques nacionales y biotopos de la **Zonas Núcleo**, *“reservadas exclusivamente para la preservación del ambiente natural, conservación de la diversidad biológica y de los sitios arqueológicos, investigaciones científicas, educación conservacionista y turismo ecológico y cultural”*, según se desprende del **Reglamento de la Ley de Áreas Protegidas y el Plan Maestro de la RBM**.

El manejo forestal sostenible de las concesiones comunitarias cumple, al hilo de esto, una doble misión. Protege y fortalece la estricta dimensión conservacionista de las Zonas Núcleo y, al mismo tiempo, ejerce de tapón ante los avances de la frontera agrícola-ganadera que, a día de hoy, supone la mayor parte de la franja de quince kilómetros de ancho de la **Zona de Amortiguamiento (ZAM)**, al sur de la reserva. Aunque la teoría dice que aquí las actividades productivas deben ser compatibles con la conservación, la realidad es bien distinta, con la deforestación y la *narcoganadería* caminando de la mano, buscando establecer nuevas rutas de la droga en este denso territorio selvático. Una cuestión que también es relevante en algunos parques nacionales.

1.5.2 Incidencia política de ACOFOP y acompañamiento técnico a las concesiones

Ahora que faltan cinco años para la renovación de las primeras concesiones otorgadas, el debate sobre la viabilidad del modelo está en la agenda política nacional. Son muchos los ojos de actores nacionales y foráneos puestos en este rico territorio, pero los resultados avalan una solución continuista. En términos socioeconómicos, más de 14.000 personas beneficiadas de forma directa y más de 70,000 personas de forma indirecta a través del manejo forestal comunitario, según datos manejados por la **Asociación de Comunidades Forestales de Petén (ACOFOP)**. En términos conservacionistas y de bajo impacto, un modelo de referencia internacional, sometido a evaluaciones continuas y con certificado internacional FSC¹⁷.

En este sentido, los ciclos de corta se han establecido de 30 a 40 años y sólo se extraen de uno a tres árboles por hectárea, lo que supone un volumen promedio de tan sólo tres metros cúbicos. Por ejemplo, la mayoría de las 3.592 especies de fauna y flora registradas en la RBM están presentes en las concesiones y algunas de las especies más emblemáticas de fauna como el **tapir**, el **jaguar** o el **puma**, que requieren grandes extensiones de bosque, se mantienen estables porque no se ven perturbadas por el manejo forestal.

En términos de lucha contra la **deforestación** y los **incendios**, las cifras hablan por sí solas. Sólo

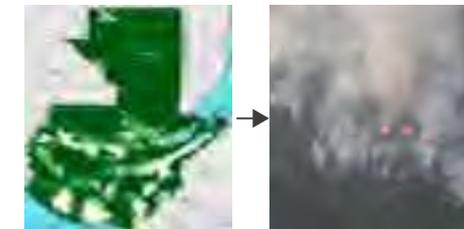
en la recién concluida estación seca en este 2017, se han declarado 7.794 focos de incendio y se han quemado más de 2.000 hectáreas en la RBM. De todo ello, apenas un 0,8% se ha registrado en las áreas de concesión forestal comunitaria, gracias a un sistema eficaz de prevención y vigilancia que mejora, en mucho, las capacidades y prestaciones del propio Estado. De hecho, algunas áreas protegidas en Zonas Núcleo, como la **Laguna del Tigre** o la **Sierra del Lacandón**, arden con más frecuencia que las propias zonas de gestión comunitaria.

Desde hace años se vienen implementando actuaciones concretas de la mano de algunas de sus organizaciones y por parte de la oficina sede. En el año 2009 se realizó la primera **estrategia de turismo sostenible comunitario** para concesiones forestales comunitarias de Peten. Con esta acción, fueron anexados los diagnósticos del potencial turístico, el plan de fortalecimiento de capacidades, la propuesta de una estructura organizativa para atenderlo y el plan de una Escuela de Turismo Comunitario ("ESPLÉNDIDA-RBM-").

A eso se añadió un primer diseño de rutas, material promocional y normativa, lo que alcanzó una propuesta de **convenio de coordinación interinstitucional**, para la conservación y manejo de recursos culturales y naturales, en la Zona de Uso Múltiple (ZUM) de la Reserva de Biosfera Maya, entre la Asociación de Comunidades Forestales de Peten (ACOFOP) y la Dirección General de Patrimonio Cultural y Natural/Ministerio de Cultura y Deportes MICUDE.

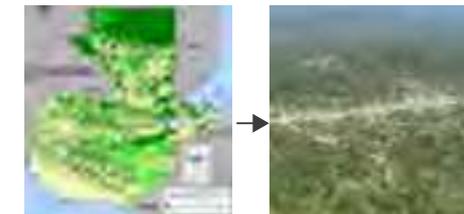
Todo el esfuerzo de gestión y aprovechamiento sostenible de los recursos naturales desde una perspectiva comunitaria, por parte de ACOFOP, se ha hecho extensible también al **rubro del turismo**. Por eso, este plan estratégico es producto de todos esos esfuerzos y pretende canalizar, profundizar y mejorar el modelo de carácter comunitario del turismo.

Cobertura forestal 1950



- Colonización agraria
- Explotación madera
- Producción granos básicos

Cobertura forestal 1991



- Tendencias de conservación a nivel internacional crece
- Ley de Áreas Protegidas y Reserva Biosfera
- Maya
- Acuerdos de Paz Derechos

Cobertura forestal 2001



- 1995 nace ACOFOP
- 1997 Primeras concesiones
- Lucha por recursos y derechos

CONCESIONES FORESTALES COMUNITARIAS

PERSONAS BENEFICIADAS

14.000

DE FORMA DIRECTA

70.000

DE FORMA INDIRECTA

ESTÁNDARES INTERNACIONALES



CERTIFICADO FCS

CICLOS DE CORTA



DE **30** A **40** AÑOS

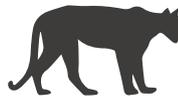
DIVERSIDAD BIOLÓGICA



TAPIR



JAGUAR



PUMA



SISTEMA EFICAZ DE PREVENCIÓN Y VIGILANCIA DE INCENDIOS



1.6 Metodología y proceso participativo

La metodología de trabajo se ha dividido en diferentes fases de implementación:

Primera fase: Revisión documental generada por ACOFOP y preparación de herramientas metodológicas. Elaboración de encuestas previas para ser respondidas por miembros del personal técnico y directivo de ACOFOP, así como algunos representantes de las organizaciones campesinas e indígenas que forman parte de ACOFOP, junto con otros actores clave de interés.

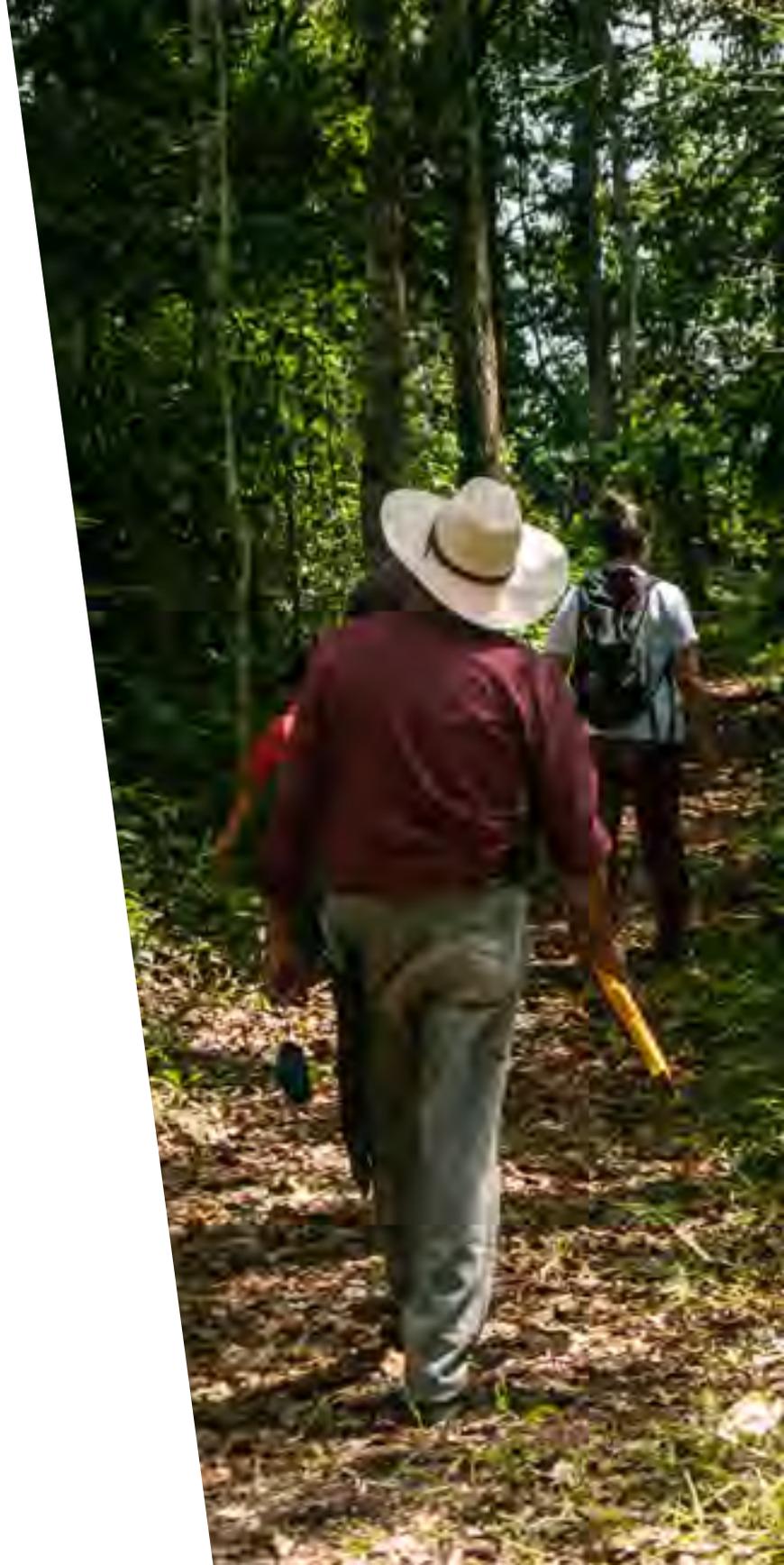
Segunda fase: Evaluación documental, filtrado de la información generada a partir de las encuestas previas, análisis del contexto regional/nacional/internacional y benchmarking de iniciativas o territorios de referencia. Elaboración de informe preliminar como base para el trabajo de campo.

Tercera fase: Visitas presenciales a las ofertas turísticas y actores clave (público-privados-comunitarios) del territorio vinculados con el sector turístico y otros sectores complementarios (forestal, agroalimentario, medioambiental, artesanal, etc.), durante la primera quincena de junio de 2017. Realización de entrevistas personales a actores clave, inventario de recursos de interés y con potencial turístico. El trabajo de campo se complementó con unos talleres grupales, en los que participaron representantes de las organizaciones comunitarias con una oferta turística ya mínimamente consolidada o con potencial para su desarrollo inmediato.

Cuarta fase: Compilación de toda la información generada en las fases anteriores. Procesamiento y elaboración de un borrador de documento técnico preliminar. Presentación online a ACOFOP del documento. Discusión y revisión.

Quinta fase: Reuniones y entrevistas con actores clave (internos y externos a ACOFOP) a finales de octubre y principios de noviembre. Visitas de campo y talleres participativos con las organizaciones comunitarias. Presentación pública del proceso ante entidades clave en Ciudad de Guatemala.

Sexta fase: Elaboración del documento final y diseño gráfico. Elaboración de una propuesta de acompañamiento técnico de ALBA SUD durante la implementación del documento técnico final para el Plan Estratégico.



Herramientas metodológicas:

a. Cuestionarios:

- Elaboración y distribución de una encuesta encaminada a hacer un primer diagnóstico de la región para evaluar su potencialidad en torno al desarrollo de un modelo de turismo sostenible y comunitario. La misma alternó preguntas cerradas y abiertas, estructuradas en torno a los seis ejes estratégicos de actuación de este Plan Estratégico.

b. Talleres participativos:

- JUNIO y NOVIEMBRE de 2017. Dos talleres de dos días de duración cada uno, con diferentes sesiones de trabajo grupales, complementadas con otras presentaciones, visionado de vídeos y debates en plenario con los asistentes.

- CONTENIDOS Y FORMATOS:

Dinámica 1: Análisis FODA participativo: Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades del turismo sostenible y comunitario.

Dinámica 2: Visión estratégica del turismo sostenible y comunitario + compromisos de agentes y actores locales.

Dinámica 3: Visionado de vídeos sobre casos de referencia en positivo y negativo vinculados con el turismo comunitario. Debate en plenario.

Dinámica 4: Lectura en plenario y aprobación de conclusiones sobre la Visión estratégica del turismo sostenible y comunitario y compromisos de agentes y actores locales.

Dinámica 5. Diseño participativo del Plan de Acción: Ejes Estratégicos y Propuestas de Acción.

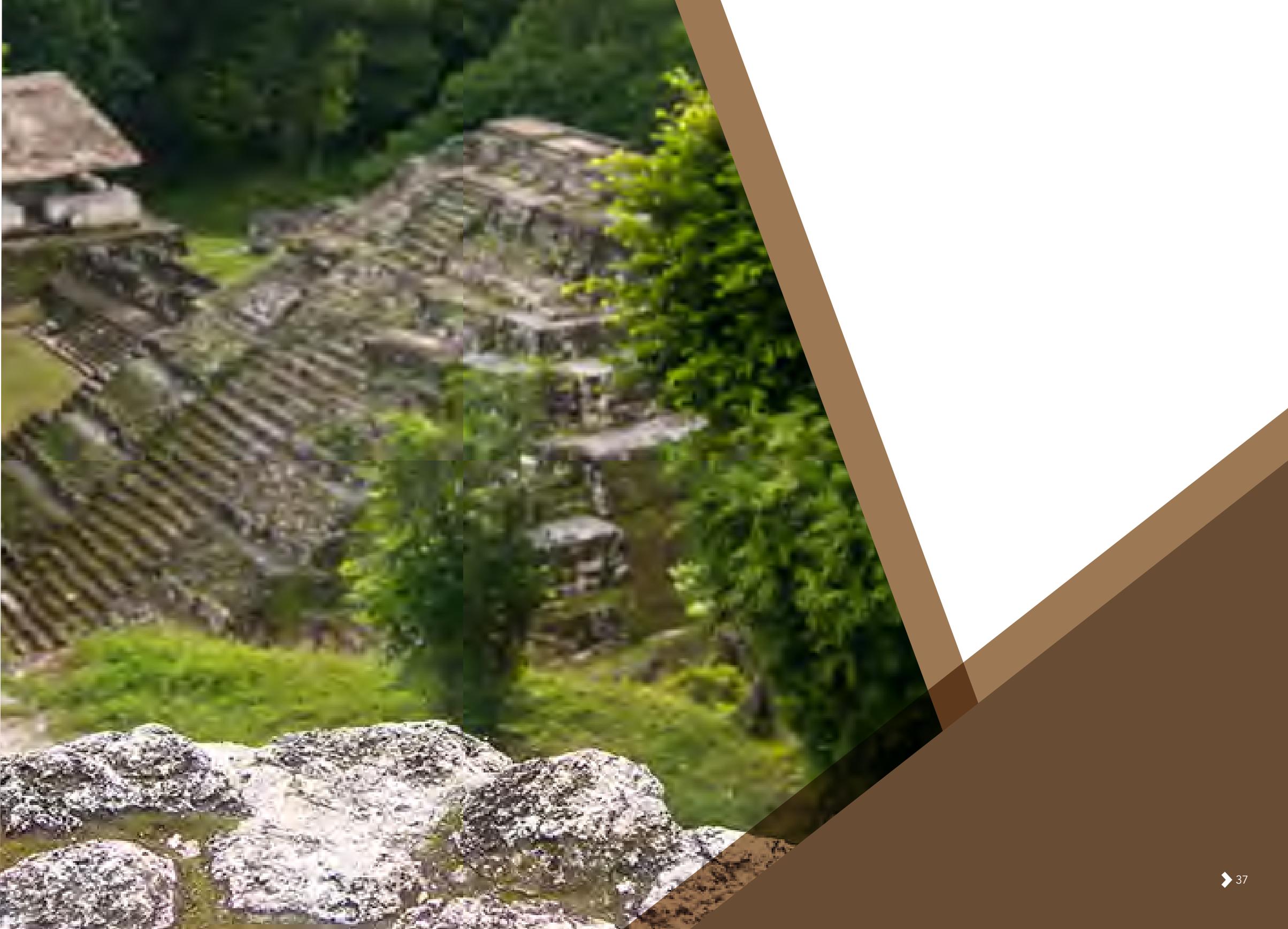
Dinámica 6. Sistema de indicadores para el monitoreo del plan estratégico.

Dinámica 7: Mesa del Turismo Comunitario en la RBM. Definir sistema de gobernanza y primera convocatoria.

Dinámica 8: Debate en plenario sobre el modelo de gestión de la operadora de turismo comunitario.









RETOS A CONSEGUIR



ÁMBITO 1. Uso turístico sostenible de los recursos naturales, rurales y arqueológicos

DE	Mala catalogación de los recursos con potencial turístico y fragilidad de los ecosistemas	A	Gestión eficiente y multifuncional del territorio y su patrimonio
DE	Naturaleza, tradiciones, comunidad y conservación del paisaje como modo de vida	A	Naturaleza, tradiciones, comunidad y conservación del paisaje como valor añadido del modelo de turismo comunitario
DE	Recursos naturales, culturales y espacios protegidos frágiles y amenazados	A	Patrimonio medioambiental y cultural conservado y puesto en valor
DE	Mirada extractiva hacia los recursos naturales y la biodiversidad asociada en la RBM por parte de actores externos	A	Proyección de la gestión sostenible por parte de las comunidades de los recursos naturales y biodiversidad asociada en la RBM como modelo de referencia

ÁMBITO 2. Optimización de infraestructuras, equipamientos y servicios para el turismo comunitario

DE	Infraestructuras y equipamientos insuficientes o infrautilizados	A	Centros de dinamización turística y de conservación medioambiental/sociocultural en la RBM con gestión comunitaria
DE	Equipamientos y servicios de apoyo pensados para las necesidades del trabajador forestal	A	Integración de la experiencia del visitante en contacto más cercano con las costumbres y estilos de vida de la comunidad, con niveles mínimos de confort
DE	Servicios mínimos de apoyo y señalización deficiente	A	Puntos de información turística innovadores y sistema integral de señalización y mantenimiento de recursos

ÁMBITO 3. Oferta diversa y competitiva con prestadores comunitarios responsables y de calidad

DE	Actividades en la naturaleza y en los sitios arqueológicos	A	Experiencias e inmersión en los modos de vida comunitarios a partir de los recursos naturales y arqueológicos de la RBM
DE	Calidad desigual en la prestación de servicios de turismo comunitario	A	Sistemas de rotación eficientes, con profesionales por un turismo comunitario de calidad
DE	Rubro con potencialidad	A	Rubro estratégico consolidado y responsable, como fórmula de complementariedad de la gestión forestal

ÁMBITO 4. Comunicación y promoción para atraer demanda interesada en turismo rural comunitario

DE	La RBM tiene naturaleza, patrimonio, arqueología y cultura	A	La RBM es naturaleza, patrimonio, arqueología, cultura viva y modos de
DE	Acciones dispersas de comunicación y promoción	A	Proyección de una visión integrada del turismo comunitario
DE	Herramientas individuales	A	Herramientas colectivas, compartidas y potentes

ÁMBITO 5. Planificación y seguimiento del turismo comunitario

DE	Desconocimiento, burocratización y mal uso de los espacios protegidos	A	Herramientas e instrumentos funcionales y transversales de planificación y ordenamiento
DE	Presión turística y crecimiento desordenado sobre pocas áreas en la RBM	A	Desarrollo turístico planificado y diversificado entre muchas áreas y diferentes comunidades
DE	Fragilidad y desprotección de las áreas frágiles de mayor visitación	A	Catalogación y regulación de usos turísticos en las áreas frágiles de mayor visitación

ÁMBITO 6. Colaboración entre actores y organizaciones comunitarias

DE	Comisiones de Turismo disfuncionales y con pesos desiguales	A	Comisiones de Turismo consolidadas, bajo el paraguas de un órgano de gobernanza comunitaria en el seno de ACOFOP
DE	Competencia desleal y fragmentación social a partir del turismo	A	Redes de trabajo comunitario a nivel regional, nacional e internacional y cohesión social en torno al turismo
DE	Descoordinación interinstitucional	A	Gestión público-privada eficaz, intersectorial e interinstitucional del turismo comunitario



EL MODELO DE TURISMO COMUNITARIO DE ACOFOP



ACOFOP

El enfoque de los talleres de trabajo ha sido participativo e inclusivo, teniendo en cuenta diferentes opiniones y experiencias. A partir de diferentes dinámicas de trabajo, se alcanzaron consensos y puntos de acuerdo. Una de estas sesiones se centró en la elaboración de una **visión estratégica** conjunta del modelo turístico a desarrollar por las **organizaciones comunitarias** bajo el paraguas de **ACOFOP**, en el horizonte 2018-2022. Todo ello a partir de palabras y conceptos clave situados en el eje de la articulación turística de la región en clave comunitaria, junto con una serie de compromisos que todos los prestadores de servicios de turismo comunitario están dispuestos a cumplir a título individual.

A partir de todas estas aportaciones se ha elaborado una primera propuesta de visión estratégica conjunta y un decálogo de compromisos, que han sido aprobados y firmados por todos los representantes de las Comisiones de Turismo presentes.



3.2 Visión estratégica

Texto elaborado a partir de las aportaciones de todos los participantes a los talleres:

Las comunidades con presencia en el territorio de la Reserva de la Biosfera Maya aspiran a manejar y gestionar un modelo de turismo comunitario inclusivo y sostenible a largo plazo, que ponga en valor el rico patrimonio natural y cultural de la región. Un modelo que se convierta, además, en un instrumento de mejora socioeconómica, que cree sentido de pertenencia y orgullo para sus habitantes, generando oportunidades para las familias e incidiendo especialmente en grupos sociales como los jóvenes y las mujeres. Un modelo sostenible ambientalmente, responsable socialmente y equitativo en el reparto de sus beneficios, minimizando los impactos que se puedan generar en el territorio.

El modelo de turismo comunitario debe complementar otros sectores productivos tradicionales vinculados con la gestión y manejo sostenible del bosque y, en conjunto, permitirá tener una mejor calidad de vida a las comunidades. Todo ello con una gobernanza que les dé poder de decisión y gestión, empoderándoles como actores clave en el desarrollo del sector en la Reserva de la Biosfera Maya. Con el compromiso de una mejora continua en sus capacidades, del fortalecimiento de un tejido social cohesionado y con el objetivo de promover una prestación de servicios de calidad, conectando y generando marcos de colaboración efectiva entre diferentes proyectos y organizaciones comunitarias.

Del mismo modo, se hace necesario concienciar a los visitantes, de forma coordinada entre las organizaciones comunitarias y las entidades de gobierno de la región, sobre la importancia de conservar este territorio biodiverso y sus recursos. Para ello se debe incidir en el fortalecimiento de un marco legal eficaz, tanto desde el punto de vista normativo como institucional. Se debe mantener un equilibrio medioambiental, sociocultural y económico, a partir de la regulación de los flujos de turistas a las áreas de mayor fragilidad ecológica.

Se priorizarán formas de turismo a pequeña escala, de bajo impacto, en donde la calidad sea más importante que la cantidad, con experiencias ligadas al día a día de la comunidad. Todo ello promoviendo una oferta con valor añadido, que fomente la convivencia y los puentes entre el visitante y las comunidades, a partir de la integración de la identidad local, sus costumbres y modos de vida cotidianos en las propuestas turísticas. El turismo será, en este contexto, un sector dinamizador y complementario, nunca un sustitutivo. Parte importante del manejo integral de las áreas forestales concesionadas por parte de las comunidades, protegiendo sus recursos, atractivos y valores para generaciones futuras.



3.3 Compromisos de los agentes

Compromisos que todos los agentes comunitarios representantes de las diferentes Comisiones de Turismo presentes en los talleres presenciales. Elaborado a partir de las aportaciones individuales de todos los participantes:

1

Trabajar por proyectar un modelo de turismo comunitario, sostenible y de gestión local, que priorice los derechos de las comunidades y favorezca el fortalecimiento de un tejido social y productivo cohesionado.

2

Poner en valor el manejo forestal sostenible en la Reserva de la Biosfera Maya que se promueve desde las comunidades, como un eje fundamental y transversal del modelo de turismo comunitario y sostenible en el territorio.

3

Trabajar en equipo y pensar en el bien colectivo, por encima del interés individual. Ayudar a crear conciencia de servicio sostenible con los compañeros en comunidad, para mejorar y conservar los bosques y ecosistemas.

4

Transmitir las tradiciones y modos de vida, así como los valores culturales y sociales de las comunidades al turista, haciéndoles ver de su importancia como parte fundamental e intrínseca al modelo de gestión sostenible y comunitaria que surge de este plan.

5

Favorecer circuitos cortos de comercialización y el consumo de productos (agroalimentarios, artesanales y manufacturados) producidos prioritariamente de forma local en la región, generando con ello un valor añadido al modelo de turismo comunitario y sostenible planteado.

6 Trabajar por hacer valer una posición de fuerza, con capacidad organizativa, para el reconocimiento de los derechos de las comunidades para la gestión integral de las áreas concesionadas ante las autoridades competentes, lo que incluye también la gestión turística del territorio.

7 Cumplir con los estándares de calidad y con los protocolos de actuación y gestión en la prestación de servicios, con la finalidad de mejorar y favorecer una capacitación y reciclaje continuo y una mejora en las aptitudes turísticas.

8 Incentivo a los jóvenes a participar y continuar con el modelo de conservación del territorio a partir de su vinculación con un turismo comunitario. Propiciar a través de actividades turísticas un relevo intergeneracional y la recuperación de costumbres culturales y tradiciones, con la participación activa de la población joven.

9 Dar a conocer a nivel nacional e internacional el gran valor natural y cultural del destino, poniendo a las comunidades en el centro de la gestión y el valor añadido del territorio. Para ello se establecerán alianzas estratégicas con cuantos actores regionales, nacionales e internacionales sean necesarios, con el objetivo de hacer valer la dimensión comunitaria y de gestión sostenible del turismo en la región.

10 Fortalecer estructuras comunitarias de gestión y gobernanza en materia turística, ágiles en la toma de decisiones y transversales con representación paritaria de todas las comunidades implicadas en el área. Incidencia en la política pública y en las necesarias alianzas interinstitucionales en sectores estratégicos para la sostenibilidad turística: educación y conservación ambiental, energías renovables,



3.4 Objetivos

Detalle de los objetivos estratégicos de este *Plan de Desarrollo en Turismo Sostenible y Comunitario*, uno por cada uno de los ejes de actuación, que se derivan de los retos expuestos en el apartado anterior.

OBJETIVO 1

Favorecer, promover y consolidar un uso turístico sostenible y responsable de los recursos naturales, rurales y arqueológicos de la RBM a partir de un modelo de turismo comunitario consolidado.

OBJETIVO 2

Favorecer la puesta en marcha de equipamientos y servicios públicos de apoyo vinculados con un modelo de turismo comunitario en la RBM, optimizando y solapando necesidades para la mejora de la calidad de la vida de las comunidades locales con la mejora del modelo turístico.

OBJETIVO 3

Consolidar una oferta diversa, competitiva y de calidad a partir de sistemas de rotación eficientes y de una diversidad de experiencias y vivencias en contacto con la comunidad. Todo ello con prestadores de servicios turísticos comunitarios responsables, profesionales y bajo parámetros de sostenibilidad medioambiental y sociocultural.

OBJETIVO 4

Atraer una demanda creciente de viajeros sostenibles, tanto a nivel nacional como internacional, de bajo impacto y en grupos pequeños, interesados en conocer propuestas de turismo comunitario, con una estrategia integral y diferenciada de comunicación, promoción y comercialización.

OBJETIVO 5

Innovar y hacer más transversal la planificación turística de la RBM hacia un modelo de turismo comunitario, en donde los instrumentos de ordenamiento están al beneficio de las comunidades y no de intereses foráneos, protegiendo las áreas y ecosistemas más frágiles y anteponiendo los derechos adquiridos por las organizaciones comunitarias para la gestión del turismo en las áreas concesionadas y sus territorios.

OBJETIVO 6

Fomentar marcos de coordinación y colaboraciones estables y efectivas entre las organizaciones comunitarias en el seno de ACOFOP, que refuercen el modelo de turismo comunitario planteado en este documento y les empodere frente a actores externos con intereses en la RBM.







PLAN DE ACCIÓN



4.1 Ejes de acción - propuestas

Este apartado es uno de los más importantes de este *Plan de Desarrollo de Turismo Comunitario*, ya que integra las propuestas de actuaciones formuladas a partir del diagnóstico realizado, teniendo en cuenta las contribuciones realizadas por los agentes y prestadores que han participado a lo largo de las semanas de trabajo de campo y por parte del equipo consultor a cargo.

Se estructura en seis ejes de acción, identificado en cada caso con un color diferente y se corresponde con un gran ámbito temático en materia de planificación turística:

Eje 1 Recursos naturales, rurales y arqueológicos para el turismo comunitario en la RBM

Eje 2 Equipamientos y servicios públicos de apoyo para el turismo comunitario en la RBM

Eje 3 Gestión de la oferta. Productos y proveedores en los destinos de turismo comunitario

Eje 4 Gestión de la demanda para un turismo comunitario en la RBM. Comunicación, promoción y comercialización

Eje 5 Instrumentos de ordenamiento, planificación, gestión y seguimiento para el turismo comunitario en la RBM

Eje 6 Marcos de cooperación entre agentes para un turismo comunitario en la RBM

Estos seis ejes se desglosan en 28 actuaciones, estando cada una de ellas viene descrita con una ficha. De estas 28, se han seleccionado 12 como prioritarias (**Actuación CLAVE**), idealmente para ser iniciados en el primer año de aplicación de este plan. Están consideradas así por su grado de necesidad y facilidad en su potencial implementación. Son acciones que requieren de unos recursos técnicos o financieros asumibles en el corto plazo y que son necesarias para el desarrollo de actuaciones posteriores.

DESCRIPCIÓN DE LAS FICHAS TÉCNICAS DE CADA PROPUESTA



Ejecución: Indica el período (en meses) que se estima para la ejecución de la actuación. En el caso de que no se prevea ejecutarse en un período determinado, con inicio y fin, sino que se implementará con carácter continuo, se indica como “Continuada”. En caso de que la ejecución conlleve diferentes fases, se indicará “Por fases”.



Período: Se han identificado dos períodos a determinar el horizonte viable para implementar una actuación:

- ▶▶▶ **Corto (1-2 años):** Para actuaciones que son asequibles en un corto período de tiempo y no requieren muchos recursos o son relativamente fáciles de aplicar (por ejemplo, no requieren consensos amplios o cambios normativos)
- ▶▶▶▶▶ **Medio/Largo (3-5 años):** Para actuaciones que requieren más recursos (técnicos, financieros, etc.), un proceso participativo o de consenso más amplio y que, en definitiva, necesitan un período más largo para implementarse.



Recursos: Se determinan dos tipos de recursos:

Técnicos o de personal: Estos siguen los siguientes rangos aproximados:

- 👤 1/3: Número reducido de personal (equipos pequeños o de pocos profesionales, de entidades públicas o privadas)
- 👤👤 2/3: Número relevante de personal (equipos con personal de diversos perfiles y/o entidades públicas o privadas)
- 👤👤👤 3/3: Número importante de personal (participa un equipo multidisciplinar con una cantidad destacada de profesionales de diferentes ámbitos)

Financieros (presupuestarios): Indican el rango de presupuesto aproximado para llevar a término la actuación. Los rangos son:

- 💰 1/3: < 15.000 QUETZALES
- 💰💰 2/3: Entre 40.000 y 80.000 QUETZALES
- 💰💰💰 3/3: > 80.000 QUETZALES



Actuaciones relacionadas: Para facilitar la relación entre actuaciones, se añade una casilla con el listado de acciones que guardan relación y cuya ejecución está vinculada (Ej: A1, A5, A7)

ACTUACIONES PRIORITARIAS

EJE 1 Recursos naturales y rurales para el turismo comunitario en la RBM

A.1 Diagnóstico del potencial de recursos/atractivos naturales, rurales y arqueológicos en la RBM con valor turístico.

EJE 2 Equipamientos y servicios públicos de apoyo para el turismo comunitario en la RBM

A.6 Creación de una red básica de atención e información al visitante en los destinos comunitarios de la RBM

EJE 3 Gestión de la oferta. Productos y proveedores en los destinos de turismo comunitario

A.12 Manual de la oferta de turismo comunitario en la RBM. Categorización y sistematización para el desarrollo del turismo en las organizaciones comunitarias socias de ACOFOP.

A.13 Manual de producto turístico comunitario en la RBM: elementos de identidad compartida y diversificación económica de actividades comunitarias

A.15 Diseño de un sistema eficiente de rotación de prestadores de servicios turísticos comunitarios.

A.17 Diseño de un sistema de gobernanza para la Operadora de Turismo Comunitario en la RBM

EJE 4 Gestión de la demanda para un turismo comunitario en la RBM. Comunicación, promoción y comercialización

A.18 Caracterización de los perfiles de públicos objetivo (nacionales e internacionales) para el turismo comunitario en la RBM.

A.20 Plan de comercialización a partir de la operadora de TRC

EJE 5 Instrumentos de ordenamiento, planificación, gestión y seguimiento para el turismo comunitario en la RBM

A.21 Manifiesto para el cumplimiento de los derechos adquiridos para el turismo comunitario en la RBM

A.22 Inteligencia de mercado. Creación del Observatorio del Turismo Comunitario en la RBM

EJE 6 Marcos de cooperación entre agentes para un turismo comunitario en la RBM

A.25 Creación de la Mesa del Turismo Comunitario en la RBM y sistema de gobernanza

A.26 Convocatoria de la Mesa Interinstitucional del turismo en la RBM

EJE 1

**RECURSOS NATURALES,
RURALES Y ARQUEOLÓGICOS
PARA EL TURISMO
COMUNITARIO EN LA RBM.**

EJE 1



A1. Diagnóstico del potencial de recursos/atractivos naturales, rurales y arqueológicos en la RBM con valor turístico.



EJECUCIÓN

18 meses (Por fases)



PERÍODO

▶▶▶▶ Corto plazo (1-2 años)



RECURSOS TÉCNICOS

3/3

RECURSOS FINANCIEROS

1/3



ACTUACIONES RELACIONADAS

A2, A3, A7, A10, A13

DESCRIPCIÓN

Evaluación y análisis del potencial turístico de recursos y atractivos vinculados con la Reserva de la Biosfera Maya. Tanto en relación a aquellos que ya forman parte de la oferta turística de la región, como aquellos con potencial para ello.

La actuación requiere de una ejecución escalonada y por fases, lo que incluye:

A1.1 Un estudio de capacidad de carga turística de los recursos medioambientales, arqueológicos y de las zonas de mayor fragilidad ecológica, distinguiendo la capacidad de carga física, la ecológica y la psicológica.

A1.2 Un análisis del potencial para la diversificación de visitas a sitios arqueológicos maya alternativos a los más transitados por turistas, con el objetivo de atenuar la presión turística y repartir las visitas.

A1.3 Un análisis del potencial turístico de productos agroalimentarios singulares y técnicas agrícolas sostenibles de base comunitaria. Se requiere un diagnóstico de los actuales y potenciales sistemas de producción/distribución de alimentos producidos localmente en las comunidades, así como su valor añadido (para la población y para los visitantes) y la trazabilidad de dichos productos (cómo llegan de la huerta a la mesa)

A1.4 Análisis de excedentes de productos maderables/no maderables con potenciales usos turísticos para la artesanía u otros (acondicionamiento de espacios, etc.). Se requiere, del mismo modo, un análisis del uso que se le está dando a estos excedentes en la actualidad y que alternativas futuras podría haber, distinguiendo si procede el contexto por comunidades, junto con el valor añadido y su trazabilidad.

A1.5 Rescate y catalogación de tradiciones comunitarias como recursos turísticos: etnografía/cultura, eventos, fiestas, celebraciones, rituales, etc. Se elaborarán fichas en donde se detalle período del año, tipología y potencial uso turístico.

El trabajo de esta actuación será la base para el trabajo de la actuación (A2) para generar un manual de recursos y atractivos naturales, rurales y arqueológicos para el turismo comunitario en la RBM.

EJE 1

A2. Manual de recursos y atractivos naturales, rurales y arqueológicos para el turismo comunitario en la RBM. Sistematización y catalogación (inventario de fichas, mapas, calendario y recomendaciones)



EJECUCIÓN
Tres meses



PERÍODO

▶▶▶ Corto plazo (1-2 años)



RECURSOS TÉCNICOS

👤👤 2/3

RECURSOS FINANCIEROS

💰 1/3



ACTUACIONES RELACIONADAS

A1, A3, A7, A10, A13, A19, A20, A24, A25

DESCRIPCIÓN

Elaboración de un catálogo de recursos naturales, rurales y arqueológicos, con potencial turístico y con interés para articular oferta y producto turístico en torno a un modelo de turismo comunitario en la región. Se deben priorizar zonas de interés dentro de las áreas concesionadas, incluyendo limitaciones, capacidad de carga y recomendaciones para un turismo sostenible (dirigidas a prestadores y viajeros), atendiendo a los criterios y a los resultados del trabajo de la A1. La información final será compartida en formato digital en un documento con material escrito y visual a todas las organizaciones comunitarias miembros de ACOFOP, de cara a su socialización y utilización por parte de los actores turísticos.

EJE 1

A3. Conservación y mantenimiento de recursos y atractivos naturales, rurales y arqueológicos para el turismo comunitario en la RBM.



EJECUCIÓN
Continua



PERÍODO

▶▶▶ Corto plazo (1-2 años)



RECURSOS TÉCNICOS

👤👤👤 3/3

RECURSOS FINANCIEROS

💰 1/3



ACTUACIONES RELACIONADAS

A2, A3, A7, A10, A13, A14, A15, A24, A25

DESCRIPCIÓN

Implementación de una política activa de conservación de los recursos y atractivos con potencial turístico recogidos en el manual (A2), elaborado en base a los criterios estipulados en la A1.

Será una actuación continua en el tiempo, con dos líneas de trabajo específicas:

A3.1 Diseño de un plan de incentivos para las buenas prácticas en la gestión de los recursos con mayor potencial para el turismo comunitario por parte de los prestadores de servicios turísticos y miembros de las diferentes organizaciones comunitarias socias de ACOFOP. Los incentivos pueden ir ligados con el sistema de rotación de prestadores (A15) o preferencia para las capacitaciones (A14), entre otros.

A3.2 Diseño de un plan de responsabilidad social por parte de todas las organizaciones socias miembros de ACOFOP con una propuesta de turismo desarrollada, con la meta de fomentar la conservación de los recursos con mayor potencial para el turismo comunitario a partir de poder destinar un pequeño porcentaje de los beneficios generados con la actividad turística a acciones/tareas concretas de restauración y/o mantenimiento de dichos recursos. Se deben priorizar áreas, actuaciones y métodos en base a mapas de necesidades en los territorios de la RBM con presencia de las comunidades.

EJE 1

A4. Plan de normalización/regulación arquitectónica y de ordenación en los núcleos urbanos de las comunidades.



EJECUCIÓN
Continua



PERÍODO

▶▶▶▶▶ Medio / Largo plazo (3-5 años)



RECURSOS TÉCNICOS

1/3

RECURSOS FINANCIEROS

2/3



ACTUACIONES RELACIONADAS

A3, A5, A6, A7, A11, A24, A25

DESCRIPCIÓN

Actuación cuyo objetivo fundamental es promover el embellecimiento de los núcleos urbanos donde habitan o tienen presencia las comunidades, haciendo especial hincapié en aquellos espacios de recepción de visitantes. Para ello, se requiere:

A4.1 Hacer un diagnóstico de la situación actual y priorizar actuaciones escalonadas a tres años vista. Para la rehabilitación se procurará plantear fórmulas que utilicen productos locales y/o forestales (madera, plantas, flores, etc.) y den coherencia al modelo de turismo planteado.

A4.2 Impulso de una política de incentivos a la rehabilitación y acondicionamiento. Estos incentivos se deben direccionar en lo concerniente a mejora de viviendas, arreglo y refracción de fachadas. Además, es necesario plantear una política clara frente a los nuevos tipos de construcciones, para configurar un estilo arquitectónico definido a largo plazo, tanto en sus formas como en sus espacios.

EJE 1

A5. Actividades de educación/sensibilización ambiental. Priorización de acciones y materiales divulgativos.



EJECUCIÓN
Continua



PERÍODO

▶▶▶ Corto plazo (1-2 años)



RECURSOS TÉCNICOS

2/3

RECURSOS FINANCIEROS

1/3



ACTUACIONES RELACIONADAS

A3, A5, A9, A14, A15, A24, A25

DESCRIPCIÓN

Actividades de sensibilización sobre aspectos concretos relacionados con el modelo de gestión en turismo sostenible y comunitario que se pretende poner en valor con este plan (medio ambiente, energías renovables, gestión de recursos, saneamiento básico, producción local, cultura y patrimonio etc.) dirigido tanto a los viajeros (actuales y potenciales), como a diferentes sectores de la sociedad local (escolares, prestadores de servicios y ciudadanía en general). Se incluirán charlas y acciones específicas para mejorar el nivel de conciencia de todos estos actores hacia los recursos clave de la RBM, dando a entender la importancia de mantener una actitud responsable en su cuidado y conservación.

Ejemplo de dos actividades potenciales que se pueden ejecutar en esta línea:

5.1 Confrontar la idea de las comunidades como “Guardianes del bosque en la RBM” frente a la opción de que los turistas se conviertan en “Padrinos del bosque en la RBM”, implicando a los visitantes en acciones de conservación, en la lucha contra la deforestación, etc. Opción de elaborar una sencilla guía de buenas prácticas ambientales, en torno a situaciones cotidianas de los viajeros en su interacción con la RBM, para implicarles activamente en el mantenimiento de los entornos naturales y culturales.

5.2 “El turista, mi amigo”. Socialización sobre el valor del turismo a las comunidades. Implicación de la población local. Como complemento, se programarán visitas guiadas para que la población local de las comunidades ‘redescubra’ los recursos de interés turístico, atendiendo a la importancia de su conservación y reforzando la consolidación de una identidad colectiva en torno a ellos.

EJE 2

**EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS
PÚBLICOS DE APOYO PARA EL
TURISMO COMUNITARIO EN LA RBM.**

EJE 2

A6. Creación de una red básica de atención e información al visitante en los destinos comunitarios de la RBM.



EJECUCIÓN

24 meses (Por fases)



PERÍODO

▶▶▶ Corto plazo (1-2 años)



RECURSOS TÉCNICOS

2/3

RECURSOS FINANCIEROS

3/3



ACTUACIONES RELACIONADAS

A7, A8, A12, A13, A17, A19, A20, A22, A24, A25

DESCRIPCIÓN

La actuación se centrará en tres ejes principales:

A6.1 Crear puntos de información e implementar un plan de capacitación (incluido en la A14) para habilitar como Informadores Turísticos a gestores de pequeños comercios locales ubicados en diferentes áreas urbanas de la RBM o su zona de influencia. Se incorporará una placa exterior que los señalice como "Embajadores del Turismo Comunitario en la RBM". En cada uno de estos puntos se ofrecerá al visitante información sobre las propuestas y el modelo de turismo comunitario, así como recomendaciones para un turismo sostenible para los viajeros).

A6.2 Habilitar y/o dinamizar puntos de venta de experiencias/paquetes turísticos y otros productos complementarios (artesanías, productos agroalimentarios DO, etc.), priorizando los espacios de mayor flujo de visitantes, como pueden ser la isla de Flores y Parques Nacionales como Tikal o Yaxhá.

A6.3 Habilitar espacios multifuncionales que actúen como filtro y canalicen las visitas y actividades que se realicen en clave comunitaria en la RBM. Para ello se tratará de recuperar o habilitar espacios ya existentes que puedan cumplir esta función, preferentemente localizados en una ubicación central y estratégica en torno a los principales puntos de acceso al área protegida. Estos espacios multifuncionales servirán como punto de información, con una doble función para su uso con fines conservacionistas y turísticos. Por un lado, potencialmente se pueden utilizar las instalaciones como punto de referencia para trabajos de campo de índole medioambiental en colaboración con programas de Biología, Geología o Ecología de universidades regionales. En el marco de estos trabajos universitarios, se pueden editar documentos periódicos con estudios de los hábitats y ecosistemas de la zona, incluyendo recomendaciones y buenas prácticas para su conservación dirigidas a la población local y a los potenciales viajeros. Por otra parte, la instalación también servirá como centro de interpretación de la RBM y de las comunidades que la habitan de cara a los visitantes.

Será competencia asimismo de estos diferentes espacios de atención al visitante la recopilación de datos cuantitativos y cualitativos para la elaboración de los informes sobre perfil y comportamiento de la demanda del Observatorio del Turismo Comunitario en la RBM (A22).

EJE 2

A7. Plan de señalización, rotulación y diseño/implantación de paneles interpretativos.



EJECUCIÓN

24 meses (Por fases)



PERÍODO

▶▶▶▶ Medio/ Largo Plazo (3-5 años)



RECURSOS TÉCNICOS

👤👤👤 3/3

RECURSOS FINANCIEROS

💰💰💰 3/3



ACTUACIONES RELACIONADAS

A2, A6, A10, A11, A12, A13, A24, A25

DESCRIPCIÓN

Actuación dirigida a señalar y equipar una línea de señalética y rotulación de carteles informativos y paneles interpretativos en diferentes equipamientos turísticos gestionados por las comunidades. Se trabajará en la descripción, datos técnicos, paradas de interés, interpretación de las mismas, adecuaciones y equipamientos necesarios, siguiendo un mismo estilo y favoreciendo la reutilización de materiales locales (principalmente la madera) para la construcción de los mismos. Se trabajará en dos fases:

A7.1 Diagnóstico y evaluación de espacios

A7.2 Plan de acción con priorización de actuaciones

EJE 2

A8. Articulación de una red (regional y nacional) de puntos de promoción del turismo comunitario en Guatemala.



EJECUCIÓN

Continua



PERÍODO

▶▶▶ Corto plazo (1-2 años)



RECURSOS TÉCNICOS

👤 1/3

RECURSOS FINANCIEROS

💰💰 2/3



ACTUACIONES RELACIONADAS

A6, A13, A19, A20, A22, A24, A25

DESCRIPCIÓN

En colaboración con entidades de ámbito nacional como el INGUAT o el CONAP, se incluirá material informativo y promocional de las propuestas de turismo comunitario en la RBM en espacios de atención y recepción de visitantes, priorizando aquellos ubicados en zonas de mayor tránsito de viajeros (aeropuertos, puertos, núcleos turísticos, etc.). Del mismo modo, en una segunda fase, se explorarán potenciales alianzas con otras organizaciones comunitarias a nivel nacional, para habilitar una red activa de puntos de promoción del TRC que se retroalimente y pueda derivar visitantes de unas áreas a otras.

EJE 2 A9. Plan de tratamiento y gestión de residuos sólidos / reciclaje – reducción – reutilización / Triple R.



EJECUCIÓN

36 meses (Por fases)



PERÍODO

▶▶▶▶▶ Medio/ Largo Plazo (3-5 años)



RECURSOS TÉCNICOS

2/3

RECURSOS FINANCIEROS

3/3



ACTUACIONES RELACIONADAS

A3, A5, A6, A7, A12, A14, A15, A16, A24, A25

DESCRIPCIÓN

Diseño y puesta en funcionamiento de una política activa de gestión de residuos sólidos para fomentar el reciclaje, la reducción y la reutilización de los mismos. Se establecerán planes de prevención y gestión de residuos, que deben de integrar en su proceso de desarrollo o revisión la toma en consideración de los impactos medioambientales asociados a su generación y gestión, especialmente en lo concerniente a la actividad turística (hospedaje, restauración, actividades, etc.).

A9.1 Diagnóstico y priorización de actuaciones

A9.2 Plan de acción que vincule a los prestadores de servicios turísticos comunitarios

A9.3 Plan de acción para población local

EJE 2 A10. Diseño de una red de senderos y de miradores interpretativos para el turismo comunitario en la RBM.



EJECUCIÓN

24 meses (Por fases)



PERÍODO

▶▶▶ Corto plazo (1-2 años)



RECURSOS TÉCNICOS

3/3

RECURSOS FINANCIEROS

3/3



ACTUACIONES RELACIONADAS

A2, A6, A7, A11, A12, A13, A23, A24, A25

DESCRIPCIÓN

Diseño de una red de senderos aprovechando, en la medida de lo posible, caminos tradicionales ya existentes. Para la clasificación de los itinerarios, se seleccionarán aquellos tramos en mejores condiciones de conservación, que conecten recursos de interés en la RBM o núcleos urbanos. Asimismo, se tendrán en cuenta criterios y requisitos para la práctica de actividades de senderismo o de interpretación de la naturaleza, dejando la puerta abierta a habilitar, al menos, un itinerario apto para la práctica de cicloturismo. En todos los casos, se trabajará en la descripción, datos técnicos, paradas de interés, interpretación de las mismas, adecuaciones y equipamientos necesarios.

Los senderos se complementarán con una red de miradores turísticos y paisajísticos, que pueden cumplir potencialmente una función de punto de observación de fauna emblemática. Para ello, se establecerán unas características básicas y condiciones de uso: ubicación clave, diseño arquitectónico similar, usabilidad, equipamiento, mobiliario complementario y materiales de interpretación (paneles, descarga online, etc.). En ambos casos se trabajará en dos fases:

A10.1 Diagnóstico y evaluación de espacios

A10.2 Plan de acción con priorización de actuaciones

EJE 2

A11. Mantenimiento y mejora de vías de acceso / carreteras hacia los núcleos comunitarios.



EJECUCIÓN
Continua



PERÍODO

▶▶▶▶▶ Medio/ Largo Plazo (3-5 años)



RECURSOS TÉCNICOS

3/3

RECURSOS FINANCIEROS

3/3



ACTUACIONES RELACIONADAS

A1, A6, A10, A13, A23, A24, A25, A26

DESCRIPCIÓN

Se hace necesario trabajar a medio y largo plazo en la mejora de las vías de acceso los principales núcleos urbanos y recursos con potencial turístico, aunque no sea una cuestión que tenga que ver únicamente con el sector turístico. Sobre todo de cara a mejorar los desplazamientos (no sólo a los visitantes, sino también a la población local). Para ello se buscarán alianzas y apoyos de otras entidades si fuese necesario.

- 11.1 Diagnóstico y priorización de actuaciones
- 11.2 Incentivos a la mejora y acondicionamiento



EJE 3

**GESTIÓN DE LA OFERTA.
PRODUCTOS Y PROVEEDORES
EN LOS DESTINOS DE TURISMO
COMUNITARIO.**

EJE 3 A12. Manual de la oferta de turismo comunitario en la RBM.



EJECUCIÓN
Tres meses



PERÍODO

▶▶▶ Corto plazo (1-2 años)



RECURSOS TÉCNICOS

1/3

RECURSOS FINANCIEROS

1/3



ACTUACIONES RELACIONADAS

A2, A13, A17, A24, A25

DESCRIPCIÓN

Actuación encaminada a la clasificación del desarrollo del turismo en las organizaciones comunitarias socias de ACOFOP, identificando y categorizando diferentes niveles de desarrollo, así como los retos, oportunidades y necesidades que enfrenten en función de ello. Se hará una valoración minuciosa de todas y cada una de las iniciativas de turismo comunitario de ACOFOP, incluyendo a todas las comunidades. Tanto a las que intentaron implementar alguna actividad turística y fracasaron, como las que nunca iniciaron y los porqués al detalle. El objetivo debe ser establecer diferentes categorías de desarrollo del turismo comunitario y, de alguna manera, sistematizar los indicadores y pasos a implementar por las comunidades para incorporarse o mejorar en el turismo como actividad complementaria.

EJE 3 A13. Manual de producto turístico comunitario en la RBM: elementos de identidad compartida y diversificación económica de actividades comunitarias.



EJECUCIÓN
18 meses (Por fases)



PERÍODO

▶▶▶ Corto plazo (1-2 años)



RECURSOS TÉCNICOS

1/3

RECURSOS FINANCIEROS

2/2



ACTUACIONES RELACIONADAS

A2, A7, A10, A12, A14, A15, A16, A24, A25, A27, A28

DESCRIPCIÓN

Diseño de una estrategia transversal de conceptualización e implementación de producto turístico en la RBM, en el ámbito territorial de actuación de las organizaciones socias de ACOFOP. Se favorecerá un ecosistema de innovación entre diferentes territorios y tipologías de prestadores de servicios, en torno a segmentos de producto afines al modelo como el ecoturismo, el agroturismo, el turismo cultural o el turismo gastronómico, entre otros.

Se generará un catálogo de propuestas de productos y paquetes turísticos (reforzando los ya existentes o creando nuevos), listas para ser comercializadas (con la participación de una o más de una organización). Estas se vincularán con equipamientos y recursos de interés en la RBM. Además, se crearán manuales de ventas para cada producto y paquete turístico diseñado, recopilando descripciones, equipamientos, servicios complementarios, duración/horarios/recomendaciones para las actividades e itinerarios, junto con un escalonado de precios en función del perfil del turista y de los tamaños de los grupos, estableciendo diferentes temporadas a lo largo del año.

En una segunda fase, se establecerá un manual con los pasos a seguir y contextos a tener en cuenta para el diseño de nuevos productos turísticos, tanto en organizaciones con un desarrollo turístico en marcha como en aquellas que empiezan de cero.

EJE 3 A14. Plan de capacitación continua para prestadores de servicios turísticos comunitarios.



EJECUCIÓN
Continua



PERÍODO

▶▶▶ Corto plazo (1-2 años)



RECURSOS TÉCNICOS

👤👤👤 3/3

RECURSOS FINANCIEROS

💰💰 2/3



ACTUACIONES RELACIONADAS

A12, A13, A15, A16, A24, A25

DESCRIPCIÓN

Elaboración e implementación de un plan de capacitación permanente dirigido a prestadores de servicios turísticos comunitarios para mejorar diferentes aptitudes: idiomas, calidad del servicio (atención al cliente, primeros auxilios, etc.) y en actuaciones particulares en temas de sostenibilidad ambiental e interpretación del entorno. Doble vertiente para prestadores ya en activo y para nuevos prestadores, orientando las capacitaciones hacia la consolidación y viabilidad del modelo de turismo planteado. Se buscarán especializaciones en aspectos concretos de la cadena de valor turística, por ejemplo en el caso de los guías (naturaleza, arqueología, ornitología, etc.), fomentando el trabajo eficiente en red con actores interconectados y en retroalimentación constante.

EJE 3 A15. Diseño de un sistema eficiente de rotación de prestadores de servicios turísticos comunitarios.



EJECUCIÓN
Tres meses



PERÍODO

▶▶▶ Corto plazo (1-2 años)



RECURSOS TÉCNICOS

👤 1/3

RECURSOS FINANCIEROS

💰 1/3



ACTUACIONES RELACIONADAS

A12, A13, A14, A16, A24, A25

DESCRIPCIÓN

Actuación encaminada a paliar y reducir las diferencias en el nivel de prestación de servicios turísticos, con el objetivo fundamental de tener un nivel óptimo de satisfacción de los viajeros. Idealmente se deben tomar como banco de pruebas las comunidades más avanzadas en el rubro del turismo y transferir buenas prácticas a las demás. Se ha de implementar un sistema de rotación más eficaz, con un plan de incentivos enfocado a las buenas prácticas y el reciclaje continuo de los prestadores. Por ejemplo, se debe tener en consideración el premiar a aquellos prestadores con una buena valoración en las encuestas de satisfacción de los viajeros o los que acudan regularmente a las capacitaciones. Del mismo modo, se fomentará el que nuevos prestadores recién iniciados deban trabajar en un número concreto de ocasiones con prestadores con más antigüedad, de cara a favorecer una transferencia de conocimientos y de manejo de la actividad turística desde una perspectiva práctica.

EJE 3 A16. Diseño o implementación de una certificación/sistema de calidad adaptado a la realidad y a la oferta del turismo comunitario en la RBM

EJECUCIÓN
Continua

PERÍODO
▶▶▶▶ Medio / Largo plazo (3-5 años)

RECURSOS TÉCNICOS
👤👤 2/3
RECURSOS FINANCIEROS
💰💰 2/3

ACTUACIONES RELACIONADAS
A12, A13, A14, A15, A24, A25, A27, A28

DESCRIPCIÓN

Creación de un sistema de calidad que mida el nivel de compromiso en sostenibilidad medioambiental, sociocultural y económica de las iniciativas, que obtendrán un sello local a modo de certificado. Además de aplicar un sistema adaptado a la realidad de la oferta de turismo comunitario, debe aunar criterios de innovación, diferenciación y segmentación, en base a indicadores de gestión en sostenibilidad (gestión forestal sostenible y turismo, promover cultivos ecológicos y la biodiversidad agrícola con productos autóctonos, ofrecer una gastronomía de calidad basada en alimentos de proximidad, de temporada y naturales, sensibilidad y aprecio con respecto a las tradiciones y culturas locales y su conservación, contribución activa en el desarrollo sostenible de la economía local, respeto con el entorno, promoción de actividades de concienciación y/o educación medioambiental, gestión de los recursos naturales, tratamiento de residuos o ahorro energético, entre otras cuestiones).

Se diseñarán diferentes sistemas de calidad aplicables no sólo a la realidad turística de forma directa, sino a otras dimensiones complementarias:

A16.1 Sistema de calidad para el turismo comunitario: alojamientos, actividades, servicios complementarios

A16.2 Sistema de calidad para los productos agroalimentarios con potencial para el turismo gastronómico: D.O.

A16.3 Sistema de calidad para los productos maderables/no maderables con potencial turístico: artesanía y otros

EJE 3 A17. Diseño de un sistema de gestión eficiente para que la operadora de TRC en la RBM.



EJECUCIÓN
Cuatro meses

PERÍODO
▶▶▶ Corto plazo (1-2 años)

RECURSOS TÉCNICOS
👤 1/3
RECURSOS FINANCIEROS
💰 1/3

ACTUACIONES RELACIONADAS
A12, A13, A14, A15, A16, A18, A19, A20, A22, A24, A25

DESCRIPCIÓN

Promover la creación y fortalecimiento de una operadora especializada en turismo comunitario, de gestión local, con presencia sobre el terreno y conocimiento del destino y de los agentes que operan en él. Debe convertirse en una pieza fundamental para el diseño de paquetes y experiencias (A13) y para la interlocución y gestión con agencias emisoras o tour operadores especializados de ámbito nacional o internacional.

Trabjará de forma conjunta y coordinada con la operadora de Carmelita. Cada una mantendrá su autonomía, por lo que Carmelita venderá sus productos y la operadora los del resto de organizaciones. Se debe definir un sistema de gestión con comisiones por ventas y con un % de fondo común. El % de beneficios del fondo común se destinarán a acciones del plan de comercialización (A20), a definir y priorizar. Se respetarán los porcentajes dados por cada operadora a la hora de planificar las acciones conjuntas.

La actuación se articulará en base a varias fases de ejecución:

A17.1 Análisis de situación

A17.2 Diseño de un modelo participativo y representativo de gobernanza

A17.3 Diseño de paquetes turísticos



TEMPLO TALUD-TALTEKO





WAKÁ PERÚ Y PASO CABALLOS

LA RUTA VERDE DEL LUGAR

Tulum

ARMEGA

MAYAWILD
Authentic Maya Time

Authentic Maya Time
WORKSHOPS

MAYAWILD
Authentic Maya Time

 **COOPERATIVA CARMELITA RL**
OPERADORA DE TURISMO - COMISION DE TURISMO



TRANSPORT TO:

Antigua	
Guatemala	
Rio Dulce	
Parajachel	
Lanquin	
Jemuc Champey	
Belice	
Palenque	
Chetumal	
San Salvador	
San Pedro Sula	



EJE 4

**GESTIÓN DE LA DEMANDA PARA UN
TURISMO COMUNITARIO EN LA RBM.
COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN**

EJE 4 A18. Caracterización de los perfiles de públicos objetivo (nacionales e internacionales) para el turismo comunitario en la RBM.



EJECUCIÓN
Cuatro meses



PERÍODO
▶▶▶ Corto plazo (1-2 años)



RECURSOS TÉCNICOS

2/3

RECURSOS FINANCIEROS

1/3



ACTUACIONES RELACIONADAS
A13, A19, A20, A22, A24, A25

DESCRIPCIÓN

Trabajo de benchmarking, a partir de estudios de mercados (ya existentes o a realizar), para determinar y caracterizar los perfiles de visitantes actuales y potenciales en la RBM y las áreas concesionadas a las comunidades, especificando variables, motivaciones e intereses en cada caso. La meta es determinar el enfoque y la orientación de los productos a diseñar y ofrecer, así como la prestación de servicios complementaria y las actuaciones de marketing/comunicación planteadas.

EJE 4 A19. Plan de mercadeo y promoción del turismo rural comunitario en la RBM



EJECUCIÓN
Cuatro meses



PERÍODO
▶▶▶ Corto plazo (1-2 años)



RECURSOS TÉCNICOS

2/3

RECURSOS FINANCIEROS

1/3



ACTUACIONES RELACIONADAS
A13, A19, A20, A22, A24, A25

DESCRIPCIÓN

Una vez se hayan acometido algunas actuaciones básicas y urgentes en materia de catalogación y puesta en valor de recursos naturales y rurales, de equipamientos e infraestructuras, de capacitación y ordenamiento de proveedores y elaboración de productos turísticos, es importante trabajar en una estrategia de comunicación y marketing estructurada, con una planificación de acciones de cara a captar un público objetivo acorde al modelo de turismo comunitario para el que se va a trabajar en los próximos años.

Se hace necesario trabajar en un plan multinivel y multicanal, conectado con cada uno de las líneas de producto turístico diseñadas y establecidas como prioritarias (A13) y que interiorice una imagen de marca e identidad comunicativa definida, que sistematice de forma metódica una correcta planificación, organización y ejecución de diferentes herramientas de comunicación al exterior y al interior del país. Se deben seleccionar acciones concretas, creativas y singulares, acotando las audiencias y obviando medios de comunicación de masas. Todo ello en base a una identidad comunicativa transversal y a mensajes coherentes y adaptados a diferentes canales y públicos objetivo, estableciendo mecanismos de control y medición de resultados.

La actuación se estructurará en dos partes:

A19.1 Benchmarking: ¿cómo se promocionan otras iniciativas de turismo comunitario a nivel nacional e internacional?

A19.2 Diseño de una estrategia: valores, identidad y plan de acción, con actuaciones como:

- a. Imagen de marca del turismo comunitario
- b. Portal web de promoción del turismo comunitario

EJE 4 A20. Plan de comercialización a partir de la operadora de TRC.



EJECUCIÓN
Continua



PERÍODO
▶▶▶ Corto plazo (1-2 años)



RECURSOS TÉCNICOS

3/3

RECURSOS FINANCIEROS

1/3



ACTUACIONES RELACIONADAS

A12, A13, A14, A15, A16, A17, A18, A19, A22, A24, A25

DESCRIPCIÓN

Diseño de una estrategia de comercialización estructurada que permita favorecer la salida al mercado turístico de los productos turísticos transversales, las experiencias y los paquetes diseñados (A13), en base a parámetros, requerimientos y necesidades de los agentes comercializadores. Se promoverá la venta directa y la indirecta, en este último caso de la mano de la operadora de turismo comunitario (A17) y en colaboración con agencias de viaje y operadores nacionales e internacionales especializados en turismo comunitario.

Se priorizará el trabajar con aquellos que implementen buenas prácticas en materia de turismo sostenible y responsabilidad social corporativa. Por último, se valorarán herramientas a implementar para establecer canales propios y externos de comercialización online a través del portal web a crear o de terceras páginas de proveedores, operadores o portales de reservas. La actuación se estructurará en las siguientes partes:

- A20.1** Benchmarking: ¿cómo se comercializan otras iniciativas de turismo comunitario a nivel nacional e internacional?
- A20.2** Diseño de una estrategia: valores, identidad y plan de acción
- A20.3** Definición de canales prioritarios de venta
- A20.4** Acuerdos comerciales con operadoras nacionales e internacionales



EJE 5

**INSTRUMENTOS DE ORDENAMIENTO,
PLANIFICACIÓN, GESTIÓN Y
SEGUIMIENTO PARA EL TURISMO
COMUNITARIO EN LA RBM**

EJE 5

A21. Manifiesto para el cumplimiento de los derechos adquiridos para el turismo comunitario en la RBM.



EJECUCIÓN
Seis meses



PERÍODO

▶▶▶ Corto plazo (1-2 años)



RECURSOS TÉCNICOS

3/3

RECURSOS FINANCIEROS

1/3



ACTUACIONES RELACIONADAS

A23, A24, A25, A26

DESCRIPCIÓN

Análisis técnico y jurídico por especialistas encaminado a argumentar y consolidar la base legal y los derechos de las comunidades para gestionar el turismo en las áreas concesionadas como una actividad productiva más. La actuación se estructurará en las siguientes partes:

A21.1 Auditoría externa e interna para el análisis técnico y jurídico de toda la legislación y reglamentación de ordenación del territorio en la RBM.

A21.2 Socialización e incidencia política.

EJE 5

A22. Inteligencia de mercado. Creación del Observatorio del Turismo Comunitario en la RBM.



EJECUCIÓN
Continúa



PERÍODO

▶▶▶ Corto plazo (1-2 años)



RECURSOS TÉCNICOS

3/3

RECURSOS FINANCIEROS

2/3



ACTUACIONES RELACIONADAS

A6, A8, A13, A18, A19, A20, A24, A25

DESCRIPCIÓN

Implementación de un sistema integrado de recogida y análisis de datos relevantes de los perfiles de visitantes que llegan a la RBM, de cara a poder plantear una planificación ordenada de acciones de gestión, comportamiento y necesidades de la demanda (comunicación, promoción y comercialización). La recogida de los datos se articulará con la coordinación de la Mesa del Turismo Comunitario en la RBM (A25) y se ejecutará por parte de los gestores de los equipamientos y puntos de información habilitados (A6), además de los diferentes prestadores de servicios de turismo comunitario, incluyendo variables en las encuestas de satisfacción.

El trabajo dará lugar a la recopilación de datos cuantitativos y cualitativos sobre la nacionalidad, edad, duración de la estancia, motivación del viaje, etc., con los que se elaborarán informes periódicos de inteligencia de mercado. Se incluirán las siguientes partes:

A22.1 Diseño de un sistema eficiente de gestión. Recopilación y análisis de datos sobre el perfil y tendencias del turismo comunitario. Incentivos a las BBPP, para asegurar que se recopilen los datos.

A22.2 Diseño de encuestas de satisfacción, con un protocolo de actuación que se debe seguir.

EJE 5

A23. Plan de contingencias y seguridad por zonificación y áreas de interés de la RBM



EJECUCIÓN
Doce meses



PERÍODO
▶▶▶ Corto plazo (1-2 años)



RECURSOS TÉCNICOS

3/3

RECURSOS FINANCIEROS

2/3



ACTUACIONES RELACIONADAS

A1, A23, A24, A25, A26

DESCRIPCIÓN

Trabajo de benchmarking, a partir de estudios de mercado (ya existentes o a realizar), para determinar y caracterizar los perfiles de visitantes actuales y potenciales en la RBM y las áreas concesionadas a las comunidades, especificando variables, motivaciones e intereses en cada caso. La meta es determinar el enfoque y la orientación de los productos a diseñar y ofrecer, así como la prestación de servicios complementaria y las actuaciones de marketing/comunicación planteadas.

EJE 5

A24. Análisis de la implementación de este Plan Estratégico de Turismo Comunitario.



EJECUCIÓN
Continúa



PERÍODO
▶▶▶ Corto plazo (1-2 años)



RECURSOS TÉCNICOS

3/3

RECURSOS FINANCIEROS

1/3



ACTUACIONES RELACIONADAS

Todas

DESCRIPCIÓN

De forma periódica (año a año) se realizará una evaluación, monitoreo y seguimiento de este plan estratégico, de cara a analizar su grado de aplicación e implementación. Para ello se establecerán indicadores (adaptados a la realidad de cada organización comunitaria) para poder medir en qué medida se está beneficiando un desarrollo turístico acorde al modelo planteado y, del mismo modo, poder reorientar o reformular su aplicación, de cara a poder cumplir con los objetivos fijados.

Asimismo, se buscará siempre la valoración, el encaje y evaluación con el Plan Estratégico de ACOFOP, compatibilizando la evolución del rubro del turismo con otros sectores productivos, así como socializando los resultados y avances del mismo, para fomentar la cohesión de las comunidades y hacerlas partícipes.

Propuesta de indicadores macro para el monitoreo:

1. Evolución y porcentaje total de ingresos procedentes del turismo, frente a otros sectores productivos (se debe evitar una excesiva dependencia del turismo, por lo que un porcentaje superior al 30 o 40% se verá como una situación de vulnerabilidad).
2. Porcentaje de población que recibe beneficios directos o indirectos del turismo (si el porcentaje de población que depende en exclusiva y forma directa del turismo es superior a los dos tercios, se puede ver como una situación de vulnerabilidad).
3. Perspectiva de género (evolución en el tipo de empleabilidad y grado de implicación de las mujeres, condiciones laborales, etc.).

Propuesta de indicadores operativos para el monitoreo:

4. Análisis y evolución del número de tours/paquetes turísticos vendidos.
5. Análisis y evolución del porcentaje de clientes/turistas satisfechos con el nivel de calidad.



EJE 6

**MARCOS DE COOPERACIÓN ENTRE
AGENTES PARA UN TURISMO
COMUNITARIO EN LA RBM**

EJE 6

A25. Creación y convocatoria de la Mesa del Turismo Comunitario de la RBM y sistema de gobernanza.



EJECUCIÓN
Continúa



PERÍODO

▶▶▶ Corto plazo (1-2 años)



RECURSOS TÉCNICOS

1/3

RECURSOS FINANCIEROS

1/3



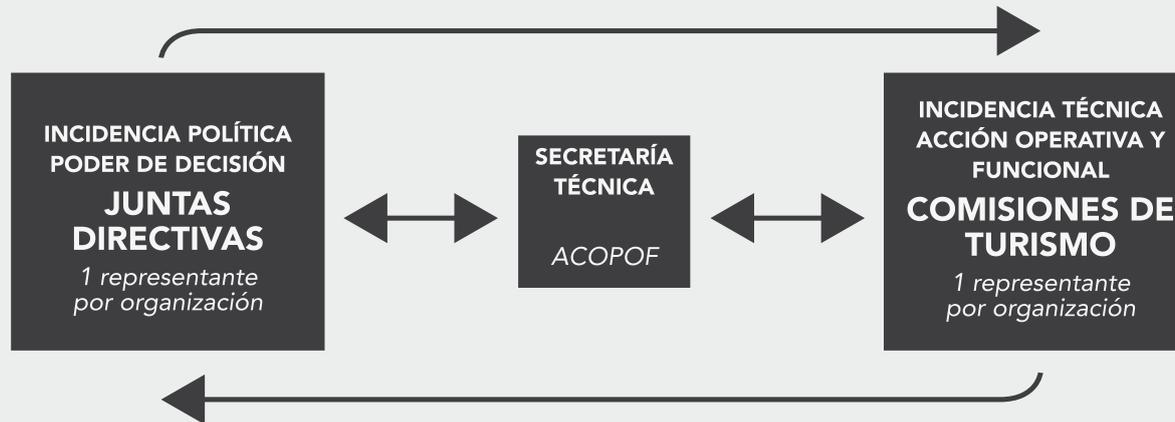
ACTUACIONES RELACIONADAS

Todas

DESCRIPCIÓN

Coordinar y convocar una Mesa del Turismo Comunitario en la RBM con carácter periódico (reunión mensual, una vez al mes) como mecanismo de colaboración, coordinación, comunicación y fluidez entre la oficina sede y las diferentes organizaciones socias de ACOFOP, tejiendo instrumentos que abran espacios de debate, de intercambios de ideas y de sinergias profesionales. Se debe, en este sentido, evitar la descoordinación y optimizar marcos de colaboración entre todos.

ORGANIGRAMA DE LA MESA DEL TURISMO COMUNITARIO DE LA RBM



Entre las funciones de esta mesa estará el articular y decidir de forma colegiada y participativa todos los asuntos de índole turística que afecten al conjunto de las organizaciones, velando por la aplicación, cumplimiento y seguimiento de este plan estratégico. Además, deberá asumir la consolidación de una dimensión de gobernanza local y comunitaria del turismo en la RBM, siendo la cabeza visible para participar en órganos de decisión turística de carácter regional, estatal e internacional.

Asimismo, será función de este órgano decidir los agentes externos a implicar en cada acción. Deberá, por tanto, valorar e indicar llegado el caso las entidades más oportunas para promover una actuación en cuestión, con el imprescindible liderazgo siempre de la Asociación de Comunidades Forestales de Petén (ACOFOP), a través de la coordinación de esta Mesa del Turismo Comunitario de la RBM.

Funciones de la Mesa del Turismo Comunitario de la RBM:

- Impulsar un programa anual de actuaciones, priorizando los pasos y acciones a ejecutar.
- Organizar grupos de trabajo temáticos, vinculados con las acciones priorizadas a ejecutar. Coordinar presencia en mesas sectoriales.
- Definir necesidades de recursos para externalizar trabajos a implementar por terceras entidades, para alcanzar los objetivos establecidos en el plan anual.
- Identificar nuevas oportunidades, alianzas o proyectos internacionales/transnacionales en materia de turismo comunitario, que encajen con los objetivos establecidos en el plan anual.

Funciones de la Secretaría Técnica de la Mesa del Turismo Comunitario de la RBM:

Técnicas

- Coordinar el plan de acción anual.
- Supervisar y coordinar los resultados vinculados con los grupos de trabajo.
- Coordinar y supervisar el trabajo externalizado vinculado con acciones priorizadas en el plan anual. Presentación de resultados y avances.
- Promover la toma de decisiones participada entre todos los miembros de la mesa sobre los pasos a seguir:
 - Representantes de organizaciones comunitarias con proyectos de turismo en marcha: 1 persona / 1 voto.
 - Representantes de organizaciones comunitarias sin proyectos de turismo en marcha : 1 persona / voz, pero no voto.
 - En caso de que un tema afecte a un área concesionaria, los representantes de la/s organización/es afectada/s tienen doble voto.

Operativas

- Convocatoria de reuniones mensuales.
- Diseño del orden del día de las reuniones mensuales y relatoría.
- Gestionar la comunicación interna y externa del plan de turismo, haciendo un seguimiento continuo y actualización de todos los avances.

EJE 6 A.26 Creación y convocatoria de la Mesa Interinstitucional del turismo en la RBM.



EJECUCIÓN
Continua



PERÍODO
▶▶▶ Corto plazo (1-2 años)



RECURSOS TÉCNICOS

1/3

RECURSOS FINANCIEROS

1/3



ACTUACIONES RELACIONADAS

A21, A23, A24, A25

DESCRIPCIÓN

Órgano para fortalecer las relaciones y compromisos entre las organizaciones socias y las diferentes instituciones locales, regionales y nacionales cuyo ámbito de actuación turístico esté en la RBM. Será una mesa de reunión y gestión de puertas hacia afuera, con el objetivo de tener vínculos y marcos de relación con entidades con poder de decisión, implicándoles si fuera necesario en actuaciones concretas.

EJE 6 A.27 Intercambios profesionales y técnicos para la consolidación del turismo comunitario en la RBM.



EJECUCIÓN
Continua



PERÍODO
▶▶▶ Corto plazo (1-2 años)



RECURSOS TÉCNICOS

3/3

RECURSOS FINANCIEROS

2/3



ACTUACIONES RELACIONADAS

A14, A19, A20, A24, A25, A26, A28

DESCRIPCIÓN

Posibilidad de generar viajes de intercambio de experiencias con otros territorios, tanto dentro de la RBM como en otros destinos nacionales o internacionales, en materia de turismo sostenible y comunitario.

A27.1 Visitas de familiarización entre comunidades comunitarias socias de ACOFOP.

A27.2 Elaboración y socialización de los planes de turismo de las comisiones de turismo de las organizaciones comunitarias socias de ACOFOP.

A27.3 Visitas de familiarización y reconocimiento de iniciativas exitosas de turismo comunitario a nivel nacional e internacional.

EJE 6 A.28 Foro anual del turismo comunitario en la RBM.



EJECUCIÓN
Continua



PERÍODO
▶▶▶ Corto plazo (1-2 años)



RECURSOS TÉCNICOS

👤👤👤 3/3

RECURSOS FINANCIEROS

💰💰💰 3/3



ACTUACIONES RELACIONADAS

A14, A19, A20, A24, A25, A26, A27

DESCRIPCIÓN

Encuentro profesional en el que agentes públicos y privados (locales, nacionales e internacionales) puedan reflexionar, debatir y establecer sinergias y contacto. En formato jornadas o congreso profesional, se planteará como un foro para hablar de innovaciones, ideas de producto turístico, dar visibilidad a pequeñas iniciativas o emprendedores que estén trabajando por modelos de turismo comunitario en territorios similares, planteando nuevas estrategias para consolidarlos.



CRONOGRAMA DE ACTUACIONES

ANEXOS



EJES	ACTUACIONES	2018	2019	2020	2021	2022
EJE 1	! ▶ A.1. Diagnóstico del potencial de recursos/atractivos naturales, rurales y arqueológicos en la RBM con valor turístico					
	A.2 Manual de recursos y atractivos naturales, rurales y arqueológicos para el turismo comunitario en la RBM					
	A.3 Conservación y mantenimiento de recursos y atractivos naturales, rurales y arqueológicos para el turismo comunitario en la RBM					
	A.4 Plan de normalización/regulación arquitectónica y de ordenación en los núcleos urbanos de las comunidades					
	A.5 Actividades de educación/sensibilización ambiental. Priorización de acciones y materiales divulgativos					
EJE 2	! ▶ A.6 Creación de una red básica de atención e información al visitante en los destinos comunitarios de la RBM					
	A.7 Plan de señalización, rotulación y diseño/implantación de paneles interpretativos					
	A.8 Articulación de una red (regional y nacional) de puntos de promoción del turismo comunitario en zonas de mayor tránsito de visitantes (INGUAT/CONAP)					
	A.9 Plan de tratamiento y gestión de residuos sólidos / reciclaje / reducción. Triple R					
	A.10 Diseño de una red de senderos y de miradores interpretativos para el turismo comunitario en la RBM					
	A.11 Mantenimiento y mejora de vías de acceso / carreteras hacia los núcleos comunitarios					
EJE 3	! ▶ A.12 Manual de la oferta de turismo comunitario en la RBM					
	! ▶ A.13 Manual de producto turístico comunitario en la RBM: elementos de identidad compartida y diversificación económica de actividades comunitarias					
	A.14 Plan de capacitación continua para prestadores de servicios turísticos comunitarios					
	! ▶ A.15 Diseño de un sistema eficiente de rotación de prestadores de servicios turísticos comunitarios					
	A.16 Diseño o implementación de una certificación/sistema de calidad adaptado a la realidad y a la oferta del turismo comunitario en la RBM					
	! ▶ A.17 Diseño de un sistema de gobernanza para la Operadora de Turismo Comunitario en la RBM					
EJE 4	! ▶ A.18 Caracterización de los perfiles de públicos objetivo (nacionales e internacionales) para el turismo comunitario en la RBM					
	A.19 Plan de mercadeo y promoción del turismo rural comunitario en la RBM					
	! ▶ A.20 Plan de comercialización a partir de la operadora de TRC					
EJE 5	! ▶ A.21 Manifiesto para el cumplimiento de los derechos adquiridos para el turismo comunitario en la RBM					
	! ▶ A.22 Inteligencia de mercado. Creación del Observatorio del Turismo Comunitario en la RBM					
	A.23 Plan de contingencias y seguridad por zonificación y áreas de interés de la RBM					
	A.24 Análisis de la implementación de este Plan Estratégico de Turismo Comunitario					
EJE 6	! ▶ A.25 Diseño de un sistema de gobernanza para la Operadora de Turismo Comunitario en la RBM					
	! ▶ A.26 Convocatoria de la Mesa Interinstitucional del turismo en la RBM					
	A.27 Intercambios profesionales y técnicos para la consolidación del turismo comunitario en la RBM					
	A.28 Foro anual del turismo comunitario en la RBM					

	2018	2019	2020	2021	2022
EJE 1	A.1 Diagnóstico del potencial de recursos/atractivos naturales, rurales y arqueológicos en la RBM con valor turístico. !				
		A.2 Manual de recursos y atractivos naturales, rurales y arqueológicos para el turismo comunitario en la RBM.			
		A.3 Conservación y mantenimiento de recursos y atractivos naturales, rurales y arqueológicos para el turismo comunitario en la RBM.			
			A.4 Plan de normalización/regulación arquitectónica y de ordenación en los núcleos urbanos de las comunidades		
	A.5 Actividades de educación/sensibilización ambiental. Priorización de acciones y materiales divulgativos.				
EJE 2	A.6 Creación de una red básica de atención e información al visitante en los destinos comunitarios de la RBM. !				
		A.7 Plan de señalización, rotulación y diseño/implantación de paneles interpretativos			
			A.8 Articulación de una red (regional y nacional) de puntos de promoción del turismo comunitario en zonas de mayor tránsito de visitantes (INGUAT/CONAP)		
			A.9 Plan de tratamiento y gestión de residuos sólidos / reciclaje / reducción. Triple R.		
			A.10 Diseño de una red de senderos y de miradores interpretativos para el turismo comunitario en la RBM.		
			A.11 Mantenimiento y mejora de vías de acceso / carreteras hacia los núcleos comunitarios.		
EJE 3	A.12 Manual de la oferta de turismo comunitario en la RBM. !				
	A.13 Manual de producto turístico comunitario en la RBM: elementos de identidad compartida y diversificación económica de actividades comunitarias. !				
	A.14 Plan de capacitación continua para prestadores de servicios turísticos comunitarios.				
	A.15 Diseño de un sistema eficiente de rotación de prestadores de servicios turísticos comunitarios. !				
			A.16 Diseño o implementación de una certificación/sistema de calidad adaptado a la realidad y a la oferta del turismo comunitario en la RBM		
	A.17 Diseño de un sistema de gobernanza para la Operadora de Turismo Comunitario en la RBM !				

	2018	2019	2020	2021	2022
EJE 4	A.18 Caracterización de los perfiles de públicos objetivo (nacionales e internacionales) para el turismo comunitario en la RBM.				
		A.19 Plan de mercadeo y promoción del turismo rural comunitario en la RBM			
EJE 5		A.20 Plan de comercialización a partir de la operadora de TRC.			
	A.21 Manifiesto para el cumplimiento de los derechos adquiridos para el turismo comunitario en la RBM.				
	A.22 Inteligencia de mercado. Creación del Observatorio del Turismo Comunitario en la RBM.				
		A.23 Plan de contingencias y seguridad por zonificación y áreas de interés de la RBM			
EJE 6	A.24 Análisis de la implementación de este Plan Estratégico de Turismo Comunitario.				
	A.25 Creación de la Mesa del Turismo Comunitario en la RBM y sistema de gobernanza				
	A.26 Convocatoria de la Mesa Interinstitucional del turismo en la RBM.				
	A.27 Intercambios profesionales y técnicos para la consolidación del turismo comunitario en la RBM				
	A.28 Foro anual del turismo comunitario en la RBM				

NOTAS, FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA

¹ Artículo en prensa: “Memoria de una trabajadora sin infancia” | PÚBLICO

² Guatemala, el cuarto país más desigual de Latinoamérica | CENTRO DE REPORTES INFORMATIVOS SOBRE GUATEMALA

³ Recaudación fiscal en Guatemala

⁴ Artículo en prensa: “Un millón de adolescentes sin cobertura educativa en Guatemala” | EL PAÍS_gt

⁵ Artículo en prensa: “En Guatemala hay más de 1 millón de personas que no saben leer ni escribir” | PUBLINEWS <https://www.publinews.gt/guatemala/2017/02/27/cifras-analfabetismo-guatemala.html>

⁶ Artículo en prensa: “Guatemala pone al día su turismo” | EL PAÍS_es

⁷ Véase por ejemplo la experiencia de la cooperativa Los Pinos en El Salvador en: Cañada, E. (2017). Contribución del turismo comunitario a la economía campesina: la Cooperativa Los Pinos en El Salvador. En: Gascón, J. y Milano, C. (Coords.) (2017) El turismo en el mundo rural. ¿Ruina o consolidación de las sociedades campesinas e indígenas? La Laguna: PASOS, 111-137. Disponible en: <http://pasosonline.org/Publicados/pasosoedita/PSEedita18.pdf>

⁸ La comercialización del turismo comunitario en América Latina. Ernest Cañada. Anuario de Estudios Centroamericanos, ISSN-e 2215-4175, ISSN 0377-7316, N°. 41, 2015, págs. 159-189

⁹ Artículo en prensa: “El ecoturismo amenaza a los animales” | EL PAÍS_es

¹⁰ Artículo en prensa: “El turismo pone en riesgo a los delfines en Asia” | CLARÍN

¹¹ Artículo en prensa: “El oso pardo sufre estrés, por culpa del turismo descontrolado” | LA VANGUARDIA

¹² Historic Centre of Salvador de Bahia | UNESCO

¹³ Port, Fortresses and Group of Monuments, Cartagena | UNESCO

¹⁴ Cartagena Como Vamos | <http://www.cartagenacomovamos.org>

¹⁵ Los paisajes del despojo: propuestas para un análisis desde las reconfiguraciones socioespaciales | Diana Ojeda. Revista colombiana de antropología. Vol. 52, n° 2. Julio/diciembre 2016. pp 19-43. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/rcan/v52n2/0486-6525-rcan-52-02-00019.pdf>

¹⁶ La lucha por los derechos territoriales para las comunidades rurales: La experiencia de ACOFOP en la Reserva de la Biósfera Maya, Petén | Silvel Elías e Iliana Monterroso. Disponible en: http://rightsandresources.org/wp-content/uploads/la_lucha_por_los_drechos_territoriales_para_las_comunidades_rurales_ACOF.pdf

¹⁷ Certificación FSC | <https://es.fsc.org/es-es/certificacin>



