



CDI  
COMISIÓN NACIONAL  
PARA EL DESARROLLO  
DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS

# Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas

Programa para Mejoramiento de la Producción y Productividad  
Indígena (PROIN)

## Turismo de Naturaleza

2015



## México como destino posee las siguientes características relevantes:

- México como destino se encuentra ubicado en el **lugar 30 en el ranking de competitividad del viaje y turismo.**
- El World Economic Forum sitúa al país como el **4º lugar a nivel mundial en riqueza de recursos naturales.**
- Y lo posiciona en el lugar **número 11** en el mundo, en lo referente a **recursos culturales.**
- Esta riqueza cultural en gran parte se debe al **aporte histórico que han brindado los pueblos y comunidades indígenas del país, y que se dinamiza actualmente** en el día a día.
- **México** como **destino con potencial** y con una alta inversión para la creación de oferta turística.



México posee las siguientes características en materia de turismo alternativo y turismo de naturaleza:

1. Existe una oferta amplia con experiencia, pero con poco desarrollo de productos turísticos y sin capital humano especializado.
2. Por otro lado, la demanda es creciente y cada vez más especializada.
3. Aprovechando esta oportunidad, se han generado eventos para dinamizar el mercado.
4. Para ello, ha habido interés y coordinación interinstitucional gubernamental CDI – SECTUR – CPTM – SEMARNAT – CONANP, con el objetivo de crear y potencializar emprendimientos sostenibles y sustentables.



Las tendencias de viaje indican que:

- Las personas cada vez están más interesadas en convivir con la población local
- Están más conscientes de que sus viajes generan un impacto ambiental y buscan minimizarlo
- Tratan de complicarse lo menos posible durante la planeación del viaje, pero quieren encontrar esas experiencias gastronómicas, culturales, de descanso o de relajación únicas
- Quieren comunicarlas y quieren que los otros se enteren de que las han vivido.



En este sentido, el **transmitir experiencias** se vuelve fundamental para atraer a estas “tribus” de nuevos viajeros: los blogs de viaje, el uso de redes sociales, el *storytelling*, el producto con conciencia o el viaje de voluntariado o con componentes de generación de capital social, son y serán las nuevas formas de relacionarse con los clientes.

¿O a poco no los convence la idea de viajar, vivir experiencias, convivir con la gente local, pero además, contribuir y dejar un beneficio directo de su visita?

[https://youtu.be/8Sn\\_jFlcSYw](https://youtu.be/8Sn_jFlcSYw)

La diapositiva anterior y la presente es una cita textual tomada de: <http://sipse.com/opinion/las-tribus-y-el-turismo-elementos-para-el-nuevo-marketing-en-el-sector-156713.html>



## La CDI ha impulsado la creación de centros turísticos indígenas:

1. Apoyo a partir de la existencia de algún atractivo – opción alternativa económica.
2. Modelos de centros turísticos homogéneos – saturación regional con una oferta igual/similar.
3. Posteriormente, se inició un esquema de planeación para la creación de sitios turísticos – Planes de Negocio.
4. Se delimitó el espectro para considerar el apoyo - zonas que cuentan con afluencia turística, con condiciones estratégicas para el desarrollo de las mismas y que cuenten con un centro emisor turístico.
5. Se inició la propuesta de creación de redes – perspectiva de comercialización regional.



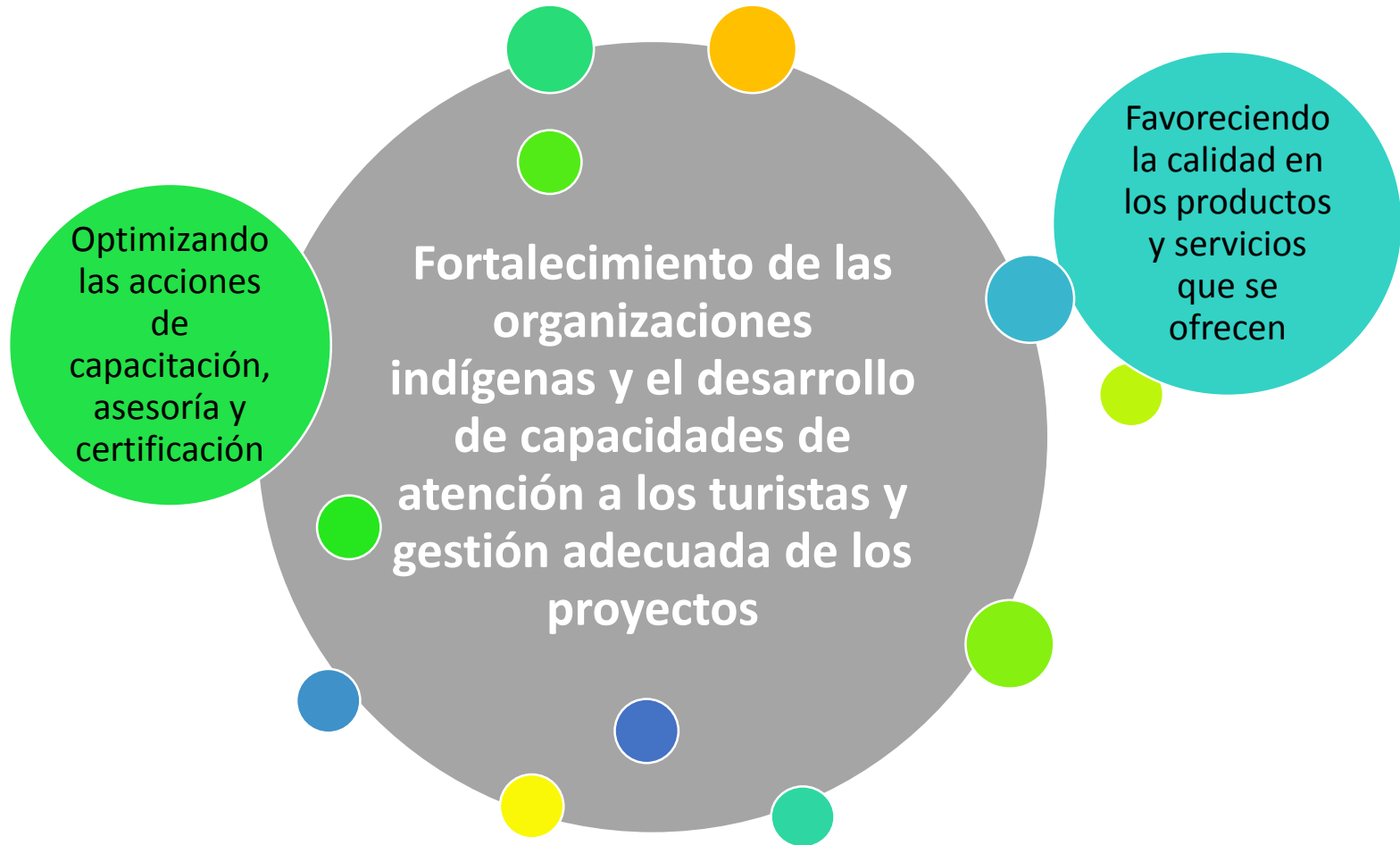
Por lo que, en lo que respecta a empresas turísticas indígenas, la CDI ha impulsado la creación de una estrategia de acompañamiento hacia la consolidación de éstas.

### **Es necesario fomentar el desarrollo de capacidades locales que permitan:**

- El fortalecimiento organizativo.
- Cambiar una visión de servicios y actividades homogéneas a una de desarrollo de productos turísticos.
- Generar alianzas a nivel local y regional, de forma tal que se ofrezcan productos únicos que aumenten la estadía, la experiencia del visitante y los beneficios comunitarios.
- Brindar un servicio de calidad.



## Fortalecimiento y desarrollo de capacidades:





La implantación de esquemas de capacitación, con un seguimiento a las acciones de desarrollo de capacidades, centrados en resultados, alentará la calidad y un enfoque de mejora continua en los proyectos de turismo de naturaleza.



## Fortalecimiento y desarrollo de capacidades - temáticas de capacitación:

- Calidad en el servicio
- Conducción de grupos para guías
- Cultura turística para la comunidad y grupo
- Desarrollo e integración de cadenas productivas y comerciales (integradoras o redes)
- Desarrollo empresarial
- Desarrollo humano y grupal
- Diseño de menú con platillos regionales o tradicionales
- Diseño de planes de interpretación ambiental
- Diseño y operación de rutas y paquetes de servicios
- Diseño y operación de senderos interpretativos



## Temáticas de capacitación:

- Educación y cultura ambiental
- Gestión administrativa (Moderniza Ecoturístico)
- Identidad cultural y equidad de género
- Identificación de proyectos productivos complementarios al ecoturismo
- Inglés
- Intercambio de experiencias de comunidad a comunidad
- Interpretación ambiental para guías especializados
- Introducción al turismo de naturaleza y el desarrollo de productos turísticos
- Manejo de residuos
- Manejo higiénico de alimentos para establecimientos de alimentos



## Temáticas de capacitación:

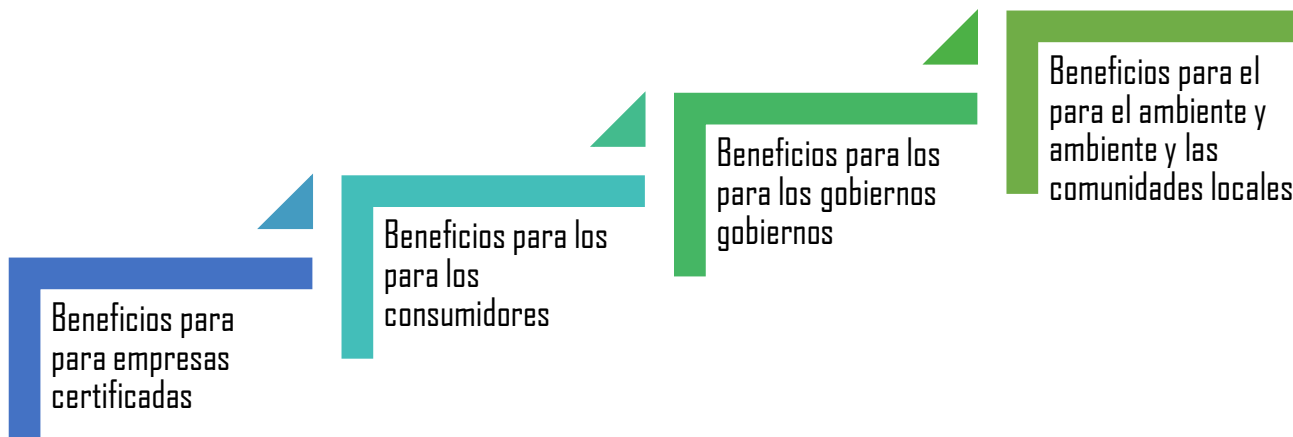
- Manejo y resolución de conflictos
- Mantenimiento de equipo e instalaciones
- Metodología para el manejo de visitantes en áreas naturaleza
- Planeación participativa para el desarrollo de proyectos
- Primeros auxilios
- Principios de desarrollo sustentable aplicable al proyecto
- Promoción y comercialización de servicios turísticos y el uso de estudios de mercado
- Técnicas de preparación y presentación de platillos y bebidas
- Uso eficiente del agua y de la energía



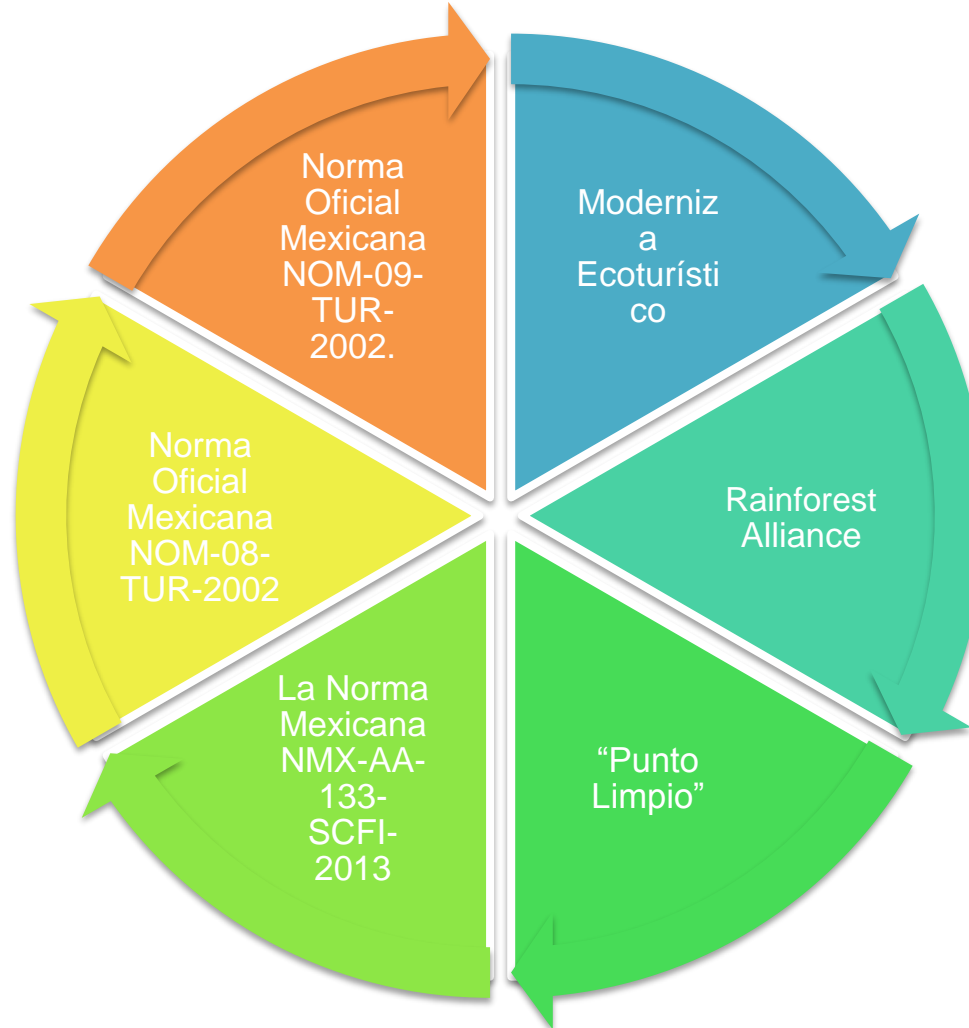
## CERTIFICACIÓN EN EMPRESAS DE TURISMO DE NATURALEZA

La certificación establece estándares y ayuda a distinguir empresas con calidad. Es una de varias herramientas para motivar a las empresas a mejorar su desempeño ambiental, social y económico, al tiempo que las recompensa por hacerlo. Estas recompensas algunas veces son tangibles y otras no. Hay otras razones por las que la certificación es importante.

Estas incluyen:



## Certificaciones para las empresas de Turismo de Naturaleza:



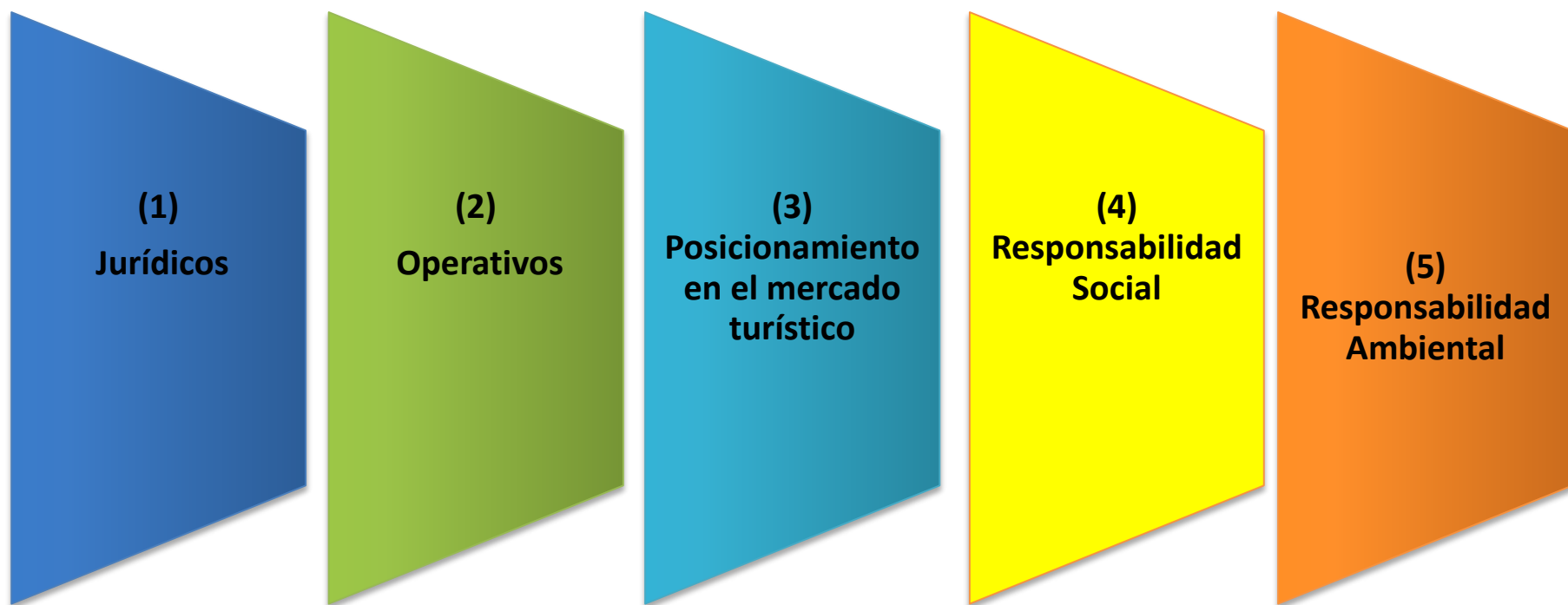
## EL RETO

El trabajo para la delimitación del mercado objetivo bajo productos turísticos específicos:

- Con perfiles de turista claros.
- Con una propuesta de valor atractiva que permita líneas de negocio.
- Con estrategias de comunicación acordes a la dinámica de la demanda identificada.



## ¿Qué elementos mínimos se conjugan para consolidar el segmento?





## (1) Jurídicos

a. Contar con figura jurídica

b. Estar dados de alta ante la SHCP



## (2) Operativos

- a. Operación estructurada, servicios y actividades de calidad.
- b. Contar con personal capacitado en la realización de las actividades que se ofertan, primeros auxilios, atención y servicio al cliente.



## (2) Operativos

- c. Infraestructura y equipamiento en óptimas condiciones de uso.
- d. Contar con seguro para los visitantes, tanto en los espacios en donde se brindan los servicios, como en las actividades que ofertan.



### (3) Posicionamiento en el mercado turístico

- a. Contar con el Distintivo M Ecoturístico.
- b. Contar con al menos, alguno de los siguientes certificados/distintivos: Punto Limpio, NMX 133, registro ante AMTAVE, ATTA y/o Rainforest Alliance.



### (3) Posicionamiento en el mercado turístico

- c. Ofertar productos turísticos que permitan una estadía no menor a tres noches y, en la medida de lo posible, relacionar los mismos con las empresas que se ubiquen en la zona de influencia que estén en las mismas condiciones de calidad de servicio.



### (3) Posicionamiento en el mercado turístico

- d. Contar con señalética que facilite su accesibilidad.
- e. Contar con Imagen Corporativa que identifique las empresas y sus productos de forma atractiva.
- f. Página web y comunicación en redes sociales.



## (4) Responsabilidad Social

- a. Llevar a cabo acciones y actividades de beneficio comunitario.
- b. Incluir en su proveeduría insumos que sean adquiridos localmente.





## (5) Responsabilidad Ambiental

- a. Llevar a cabo acciones relacionadas con la conservación de recursos naturales.
- b. Incluir ecotécnicas y tecnología amigable con el ambiente.





¿Cómo lo  
vamos a lograr?



## Oswaldo Márquez Uribe

Directo de Fomento y Desarrollo de las Culturas Indígenas y  
Turismo Alternativo en Zonas Indígenas

[omarquez@cdi.gob.mx](mailto:omarquez@cdi.gob.mx)

91832100 ext. 8522, 8540 y 7155

