

# PUEBLOS INDÍGENAS E INDUSTRIA TURÍSTICA: DIRECTRICES DE BUENAS PRÁCTICAS INTERNACIONALES



**G Adventures**

**Planeterra**  
Foundation

International Institute  
of Tourism Studies

THE GEORGE WASHINGTON UNIVERSITY



2017  
INTERNATIONAL YEAR  
OF SUSTAINABLE TOURISM  
FOR DEVELOPMENT

# ÍNDICE

La Necesidad de Seguir Diretrices Internacionales	5
Nuestro Enfoque en el Desarrollo de Buenas Directrices	6
¿Cómo usar las Directrices?	9
Principios Rectores del Turismo Indígena Responsable	10
Directrices para Desarrollar Experiencias Turísticas (directrices 1 a 8)	13
Directrices para Operar Experiencias Turísticas (directrices 9 a 15)	17
Directrices sobre Marketing en las Experiencias Turísticas. (directrices 16 a 18)	21

# RECONOCIMIENTOS

Varias personas contribuyeron con las directrices de este proyecto, entre ellas, las líderes del mismo, Jamie Sweeting, presidenta de la Fundación Planeterra y vicepresidenta de Emprendimientos Sociales y Sostenibilidad de G Adventures, junto con Seleni Matus, directora ejecutiva del Instituto Internacional de Estudios Turísticos de la Universidad George Washington, quienes reconocieron la necesidad de supervisar y crear una guía práctica en turismo indígena que fuera útil para las empresas del sector. La gestión de proyectos fue llevada a cabo por Kelly Galaski, directora Planeterra en Programas Internacionales, y Anna Barrera, becaria de investigación del Instituto Internacional de Estudios Turísticos, y los estudiantes de la Universidad George Washington; Elizabeth Jordan, Gabriela Aguerrevere Yanes y Jill Christmas que contribuyeron con diferentes investigaciones y el apoyo necesario para el proyecto.

Leah Shelly, directora de Participación Internacional de G Adventures, contribuyó con el artículo de investigación de su master, *Cómo Trabajar Mejor con los Proveedores del Turismo Indígena*, el cual proporcionó información en primera persona sobre los emprendedores indígenas, lo que brindó una perspectiva a la comunidad para las directrices. Pilar (Pitu) Espeso-Molinero de la Universidad de Alicante, PhD en Planificación y Gestión de Turismo, proporcionó sus comentarios sobre la metodología de investigación.

El panel de expertos incluyó a Keith Henry, presidente y CEO, Casey Vanden Heuval, Director de Desarrollo de Negocios y Alianzas, Asociación de Turismo Indígena de Canadá; Ben Sherman, Presidente de World Indigenous Tourism Alliance, Camille Ferguson, Directora Ejecutiva de la Asociación de Turismo de Indígenas Nativos Americanos de Alaska; Jaranya Daengnoy, Directora del Instituto de Turismo Comunitario de Tailandia; Edward Hall III, Especialista en Transporte y Coordinador de Turismo en la Oficina de Asuntos Indígenas y Departamento del Interior de EE. UU.; John King, presidente de Southern Travel Holdings Ltd.; y Judy Kepher Gona, Fundadora de Sustainable Travel and Tourism Agenda.

Otros participantes que colaboraron con la revisión fueron Hannah Messerli, profesora Eisenhower de Políticas de Turismo y presidenta del Instituto Internacional de Estudios Turísticos de la Universidad George Washington, y los miembros del personal de Planeterra Adrienne Lee, Panot (Tung) Pakongsup, Joel Callañaupa, Alanna Wallace y Rhea Simms. Entre los revisores del equipo de G Adventures estuvieron Jackie Garrity, Sarah Miginiac, Julie Fitzgerald, Yves Marceau y Andrea Giroux. Evidence Ndhlovu, administrador de proyectos comunitarios de African Impact, y Shiva Dhaka, fundador, y Rajju Maskey, administrador de Ventas y Operaciones de Royal Mountain Travel, también revisaron los contenidos.

## Fotografía de la portada:

Una integrante de la comunidad Santiago de Ajencha de Bolivia se para orgullosa frente al recientemente renovado Jukil Lodge.



La presidenta del Grupo de Mujeres San Antonio de Belice pinta cerámicas mayas.



## LA NECESIDAD DE SEGUIR DIRECTRICES INTERNACIONALES

La supervivencia cultural de los 370 millones de indígenas del mundo pende de un hilo. Atrapados entre la presión hacia una modernización y el confort de las sociedades predominantes, muchas de estas comunidades, a menudo aisladas, han tenido una relación cada vez más comprometida con sus enriquecedoras tradiciones culturales, historias y dialectos. No solo se ven amenazadas culturalmente, sino que con frecuencia estas comunidades están entre los pueblos más empobrecidos y desfavorecidos del mundo. Debido a las pocas opciones que se les ofrece, los pueblos indígenas escogen explotar sus preciosos recursos naturales como medio de supervivencia económica.

El turismo puede ofrecer una alternativa viable: ya que es una manera de asegurar que el tejido cultural y los recursos ambientales de las comunidades indígenas permanezcan intactos para ellos y sus hijos, mientras que también puede ser un incentivo para proteger sus bienes comerciales. Las empresas dedicadas al turismo que interactúan con comunidades indígenas tienen una responsabilidad especial, que es la de ayudar a resguardar sus recursos, y la de participar en el cumplimiento de ello.

Las siguientes guías prácticas han sido diseñadas a lo largo del año por el Instituto Internacional de Estudios Turísticos de la Universidad George Washington, G Adventures y Planeterra Foundation. Se crearon con el fin de que empresas turísticas que trabajan con comunidades indígenas puedan usarlas en todo el mundo. Están destinadas a fomentar la conducta responsable y a guiar en buenas prácticas comerciales que atiendan y protejan los intereses de las comunidades indígenas y las empresas turísticas, así como a producir experiencias auténticas, respetuosas y gratificantes para los viajeros.

# NUESTRA PROPUESTA PARA DISEÑAR UNA BUENA GUÍA

El Instituto Internacional de Estudios Turísticos de la Universidad George Washington, G Adventures y Planeterra Foundation trabajaron juntos para definir algunas buenas prácticas para las empresas de turismo. Durante el transcurso del año, nosotros:

1. Revisamos textos, declaraciones y códigos existentes establecidos por comunidades indígenas, asociaciones y ONG;
2. Realizamos investigaciones primarias con proveedores de turismo indígena y viajeros;
3. Diseñamos principios rectores para lograr prácticas comerciales respetuosas;

4. Establecimos un conjunto de pautas con sus correspondientes acciones concretas;
5. Pedimos a un panel de expertos en turismo indígena y profesionales del sector turístico que nos proporcione sus comentarios sobre el borrador de las directrices;
6. Usamos los comentarios de los expertos para desarrollar las directrices finales.

Los socios del proyecto trabajarán con las empresas del sector durante los próximos 12 meses para hacer una prueba piloto de las pautas y así garantizar si son aplicables. Los resultados de la prueba piloto se incorporarán al documento final.

Un guía del Parque de la Papa comparte sus conocimientos sobre las especies de papas nativas de su comunidad.





Una integrante de la comunidad Santiago de Agencha de Bolivia prepara una comida para los visitantes.



Las mujeres masái  
recibiendo turistas  
en su comunidad.





# ¿CÓMO USAR LAS DIRECTRICES?

Las directrices tienen como fin ofrecer un marco de buenas prácticas comerciales. Es importante destacar que las pautas no son estándares, sino que apuntan a impartir un comportamiento comercial responsable y culturalmente sensible. La idea es que se adapten y que encajen con las condiciones locales para que así puedan ajustarse con el tiempo.

Es posible que algunas de estas directrices tengan que ser personalizadas en función del tamaño de la empresa turística, la disponibilidad de recursos y de si la relación primaria se efectúa entre la empresa de viajes y una comunidad indígena, o un emprendedor que provee productos y servicios turísticos. En algunos casos, tal vez las empresas de viajes quieran considerar trabajar con socios en ONG y consultar a las comunidades antes de poner en práctica estas directrices.

Si bien todas estas directrices son aplicables a las comunidades con poco o casi nada de turismo, las empresas que llevan visitantes a las comunidades con amplia experiencia en turismo necesitarán modificar las directrices en función a lo que se precisa. Por ejemplo, una compañía de viajes que atrae a un pequeño grupo de visitantes a una comunidad cada seis meses para disfrutar de un restaurante de propiedad local no necesitará dedicar tanto tiempo a investigar sobre el gobierno, las leyes y las costumbres comunitarias, como una empresa que desarrolla infraestructura comunitaria a fin de llevar cientos de visitantes regularmente. Incluso las condiciones de las comunidades vecinas pueden diferir en gran medida, dependiendo de su tamaño, experiencia, número de visitantes que reciben y la escala de sus iniciativas turísticas. En algunos casos, las condiciones políticas y la marginación de los pueblos indígenas pueden afectar la adopción e implementación de ciertas directrices.

Al determinar si una directriz es aplicable a una situación particular, las empresas de viajes pueden ganar objetividad preguntándose si un tercero, por ejemplo, estaría de acuerdo con que la directriz en cuestión se hubiera aplicado de manera razonable. En otras palabras, ¿la directriz corresponde con la situación? ¿La situación justifica la aplicación de la directriz? Las directrices se dividen en tres subsecciones: Desarrollo, operación y marketing de experiencias turísticas. El personal de la empresa de viajes puede enfocarse en una o más de estas secciones, según corresponda, y usar acciones clave correspondientes como una lista de verificación.



Un anfitrión de una casa de familia prepara una comida para los huéspedes en Tailandia.

# LOS PRINCIPIOS RECTORES DEL TURISMO INDÍGENA RESPONSABLE

Los siguientes principios se usan como base para diseñar nuevos productos y experiencias turísticas, son el fundamento de las pautas descritas en todo el documento.

## **Participación Plena y Eficaz**

Verificar que las comunidades y los proveedores indígenas participen en todas las discusiones estratégicas y compartan la toma de decisiones en base a los dictados de sus leyes y costumbres tradicionales. Las empresas de viajes deben mantener informadas a las comunidades y proveedores indígenas de todas las decisiones comerciales relevantes.

## **Participación Equitativa**

Asegurarse de que las comunidades indígenas sean tratadas como socios comerciales iguales y que entiendan claramente las implicaciones de todos los arreglos para garantizar una participación equitativa. Las propias comunidades indígenas, en lugar de las empresas de viajes, son las que deberán determinar el nivel de su participación en las actividades turísticas.

## **Informe de Consentimiento**

Informar a las comunidades indígenas sobre cualquier actividad que pueda afectar su bienestar y garantizar que sean libres de ejercer su derecho a la autodeterminación.

## **Valores Comerciales**

Respetar los valores tradicionales, las costumbres y los acuerdos en todas las transacciones comerciales.

## **Compra Local**

Dar prioridad a los proveedores indígenas al momento de la compra y así mismo, ofrecer bienes y servicios. Estos proveedores deben recibir un trato justo y ascender de manera adecuada.

## **Apoyo de la comunidad**

Asegurarse de que las relaciones comerciales sean justas y equitativas con las comunidades o con los proveedores indígenas. Proporcionar empleo directo y oportunidades de capacitación a las comunidades indígenas locales.

## **Propiedad Local**

Asegurarse de que los miembros de la comunidad indígena sean propietarios y obtengan beneficios directos de los productos y servicios turísticos.

## **Empleo Digno**

Respetar los derechos laborales, proporcionar ambientes de trabajo seguros y protegidos para los empleados y garantizar el pago mínimo de un salario digno (que generalmente es más alto que el salario mínimo y que refleje los costos de vida locales), y ofrezca oportunidades para el progreso.

## **Leyes y las Prácticas Habituales**

Entender, respetar y aceptar las normas tradicionales, los derechos de propiedad de la tierra y los sistemas de gestión.

## **Conocimientos Tradicionales**

Hacer todo lo posible para garantizar que el conocimiento tradicional y sus representaciones, incluidas obras de arte, manualidades, ceremonias, rituales, artes escénicas y todos los bienes intangibles, y que estén protegidos de la explotación comercial. Los operadores turísticos solo deberían usar los conocimientos tradicionales de las comunidades indígenas con el consentimiento total de la comunidad.

## **Protección de la Herencia Cultural**

Asegurarse de que las tierras, territorios, sitios sagrados y recursos tradicionales se utilicen con pleno conocimiento y consentimiento de las comunidades y que estén protegidos contra la explotación.

## **Supervisión y Evaluación**

Las empresas de viajes deberían asegurarse de que haya un proceso para registrar los impactos de la relación comercial a fin de minimizar los posibles resultados negativos y asegurar resultados positivos. Además, hay que asegurarse de que exista un proceso para resolver posibles reclamaciones.

## **Interacción Cultural**

Promover interacciones respetuosas entre el visitante y los anfitriones que fomenten el entendimiento intercultural y no perturben las rutinas diarias.

## **Interpretación Colaborativa**

Asegurarse de que todas las historias y relatos contados acerca de las comunidades indígenas sean precisos, definidos y aprobados por la propia comunidad indígena, con respeto y aprecio por los dialectos tradicionales.

## **Administración del Patrimonio**

Trabajar para conservar los recursos naturales y culturales, y ayudar a las comunidades indígenas a administrar y proteger sus bienes, que son los que forman la base de sus negocios turísticos.



Una anfitriona recibe a visitantes en la casa de familia Barauli, Nepal.



La celebración de la cultura San en !Khwattu, Sudáfrica.

# DIRECTRICES PARA DESARROLLAR EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

Las siguientes directrices están destinadas a ser utilizadas por las empresas de viajes al desarrollar nuevas relaciones con las comunidades y proveedores indígenas y al evaluar las relaciones existentes.

# Creando Relaciones

## DIRECTRIZ 1

Dependiendo de la escala y la naturaleza de la relación comercial con la comunidad indígena, se recomienda que las empresas de viajes lleven a cabo una investigación exhaustiva sobre la organización y el gobierno de la comunidad antes de involucrar a los miembros de la comunidad o proveedores en las relaciones comerciales. Una comprensión integral de los diversos aspectos de la gobernanza y la organización tradicionales es útil para una comunicación efectiva y culturalmente apropiada y para la realización de reuniones. Las empresas de viajes deben familiarizarse con los siguientes aspectos de los protocolos de la comunidad y los factores relativos al lugar.

- › Procesos tradicionales de comunicación y toma de decisiones.
- › Autogobierno, tradiciones de gobierno y el liderazgo indígena.
- › Leyes tradicionales/consuetudinarias que puedan afectar las operaciones turísticas.
- › Propiedad de los recursos, incluida la tierra o los territorios reclamados tradicionalmente (cuando sea posible determinar).
- › Bienes culturales y la ley de propiedad intelectual (si existe).
- › Costumbres y los valores tradicionales relacionados con la manera de hacer negocios.
- › Cuestiones históricas y sociales, como la pobreza, el acceso a la educación, la salud, la infraestructura y los servicios, y la marginalización.
- › El nivel de entendimiento y conocimientos comerciales, la alfabetización, matemáticas y el dominio del idioma.
- › Condiciones económicas locales y salarios.

## ACCIONES CLAVES

Al comprometerse con comunidades indígenas nuevas en turismo o proponer una ampliación significativa de una experiencia existente:

- › Defina el alcance de la investigación en función de la escala de la nueva relación comercial. Las empresas de viajes pueden garantizar una comprensión profunda de los temas de organización y gobernanza enumerados anteriormente a través del diálogo con la comunidad o el proveedor indígena.
- › Comparta la información con todo el personal involucrado en el proceso de planificación.
- › Asegúrese que los contratos del proveedor reflejen los resultados de los diálogos necesarios.

Para relaciones comerciales existentes o iniciativas de pequeña escala:

- › Comparta la información con todo el personal involucrado en el proceso de planificación.
- › Si la relación comercial se está expandiendo, determine el alcance de la investigación en función de la escala de la relación comercial que se está desarrollando.
- › Asegúrese que los contratos del proveedor reflejen las conclusiones.

## DIRECTRIZ 2

Identifique, con la comunidad o proveedor indígena, las personas y grupos que están involucrados en la relación comercial o que están afectados directamente por ella.

## ACCIONES CLAVES

Al comprometerse con comunidades indígenas nuevas en turismo o proponer una ampliación significativa de una experiencia existente:

- › Enumere las personas y los grupos principales que están involucrados en la relación comercial y que se verán directamente afectados por ella, para garantizar que el nuevo producto turístico estará conformado por todas las partes interesadas y relevantes y que reflejará sus preocupaciones e intereses.
- › Comparta la información de las partes interesadas con todo el personal involucrado en la planificación, las operaciones, la comercialización y la supervisión.

En el caso de relaciones comerciales existentes o iniciativas de pequeña escala:

- › Determine si cualquier individuo o grupos nuevos no identificados previamente puede verse afectados por esta relación comercial en curso. Esta actividad debería realizarse periódicamente junto con el proceso de renovación del contrato.
- › Comparta las conclusiones con todo el personal involucrado en la planificación, las operaciones, la comercialización y la supervisión.

# Participación

## **DIRECTRIZ 3**

Establezca un proceso para la comunicación continua que esté alineado con los métodos usados regularmente por la comunidad o el proveedor indígena, que tenga en cuenta la tecnología disponible y que todos los interesados directos entiendan claramente su funcionalidad. El proceso de comunicación debe centrarse en desarrollar la confianza y establecer un entendimiento mutuo de las expectativas.

### ACCIONES CLAVES

- › Discutir el proceso, los métodos (teléfono, correo electrónico, videoconferencia, etc.) y programar con las personas a cargo de la toma de decisiones relacionadas con el turismo indígena como parte de los diálogos de participación iniciales.

## **DIRECTRIZ 4**

Defina los objetivos de la relación comercial en colaboración con la comunidad o el proveedor indígena, teniendo en cuenta los costos y los beneficios. Al involucrarse con toda una comunidad, y especialmente si la actividad turística se desarrolla por primera vez, este proceso requiere consultas con los principales interesados. Dependiendo de la situación y la escala de la colaboración, la empresa de viajes puede encontrar útil contratar a una organización local de terceros con experiencia particular en el desarrollo de la comunidad y la consulta a los interesados para facilitar estos diálogos.

### ACCIONES CLAVES

Al comprometerse con comunidades indígenas nuevas en turismo o proponer una ampliación significativa de una experiencia existente:

- › Involucrar a la comunidad indígena en un diálogo para comprender la visión y los objetivos de los miembros que componen el desarrollo turístico, incluida una discusión sobre todos los posibles impactos y beneficios potenciales del turismo en la comunidad.
- › Discuta los costos y los beneficios asociados con la relación comercial propuesta para asegurar que exista una comprensión realista del panorama que puede ofrecer el proyecto turístico.
- › Complete los ejercicios de planificación comercial identificando todos los costos asociados y estableciendo un precio justo para la rentabilidad e idoneidad del mercado.

En el caso de relaciones comerciales existentes o iniciativas de pequeña escala:

- › Analice los costos actuales y determine si se necesitan cambios en los precios para garantizar equidad, rentabilidad e idoneidad de mercado.

## **DIRECTRIZ 5**

Considere, responda y, si es posible, resuelva los problemas e inquietudes prioritarios que surjan del diálogo con las personas interesadas de la comunidad.

### ACCIONES CLAVES

- › Mantener un registro de los diálogos con las partes interesadas en el que se identifique a quién se ha consultado, la fecha, los temas discutidos, las cuestiones clave planteadas, los comentarios de la comunidad indígena y la respuesta de las empresas de viajes a esos asuntos.

## **DIRECTRIZ 6**

Establezca un acuerdo en torno al volumen de visitantes que la comunidad indígena puede alojar de manera realista. Este acuerdo debe revisarse periódicamente y revisarse según sea necesario.

### ACCIONES CLAVES

Al comprometerse con comunidades indígenas nuevas en turismo o proponer una ampliación significativa de una experiencia existente:

- › Entable un diálogo con los líderes relevantes de la comunidad para determinar la cantidad ideal de visitantes, la frecuencia de los grupos turísticos y la relación guía turístico/huésped para garantizar que tanto la comunidad como la empresa de viajes obtengan resultados positivos y para prevenir el impacto social y ambiental negativo. Es posible que las empresas de viajes necesiten asistencia de una organización externa para realizar esta actividad, todo depende del tamaño y la escala de la colaboración.
- › Documente los acuerdos principales en el registro que guarda los diálogos con los actores e incorpore el número esperado de visitantes por año en el contrato con el proveedor o la comunidad indígena.

En el caso de relaciones comerciales existentes o iniciativas de pequeña escala:

- › El número de visitantes a la comunidad por año debería reflejarse en el contrato entre el operador turístico y el proveedor, y evaluarse periódicamente en el momento de la renovación del contrato.

## Acuerdo Comercial

### DIRECTRIZ 7

Obtener la aprobación explícita de la comunidad o el proveedor indígena para el uso de los recursos naturales y culturales, tales como las costumbres tradicionales, música, formas artísticas, vestimenta, comida, narración de cuentos, etc. En el caso de que el proveedor o la comunidad indígena no posean los derechos de propiedad, es imperativo que los derechos de acceso se entiendan con claridad y que se consulte a todas las autoridades externas relevantes.

#### ACCIONES CLAVES

- › Elabore un acuerdo formal, por ejemplo, un contrato con un proveedor o un Memorando de Asociación, que describa todos los detalles claves de la relación comercial, que incluyan los que nombramos a continuación, pero sin limitarse a ellos:
  - Uso de bienes culturales y de tierras y otros recursos indígenas.
  - Volumen de visitantes por año, la frecuencia de los grupos turísticos y la relación guía turístico/huésped.
  - Costos y los precios justos para la rentabilidad e idoneidad de mercado.
  - Evitar las prácticas anticompetitivas.
  - Las reglas y/o el código de conducta para quienes visiten la comunidad.
- › Asegúrese de que el acuerdo sea entendido por todas las partes y traducido a la/s lengua/s indígenas y revisado juntos, si es necesario.
- › Tenga permisos y acuerdos formales.

## Supervisión

### DIRECTRIZ 8

Dependiendo de la naturaleza y la escala de la colaboración con la comunidad, se recomienda que las empresas se reúnan con los líderes indígenas y otras personas interesadas importantes al menos una vez al año para discutir la visión y los objetivos compartidos, así como el impacto y los beneficios del turismo.

#### ACCIONES CLAVES

Al comprometerse con comunidades indígenas nuevas en turismo o proponer una ampliación significativa de una experiencia existente:

- › Registre el impacto de la relación comercial, prepare un informe resumido y comparta las conclusiones con la comunidad indígena y otras personas interesadas una o dos veces por año. Use las conclusiones de las actividades de supervisión como base para este informe. Ponga el informe a disponibilidad del proveedor o la comunidad indígena. Esto puede incluir traducir el informe a la/s lengua/s indígenas y la impresión para su difusión, si es necesaria. En los casos en los que existe un alto nivel de analfabetismo o la lengua local es oral, es importante acordar con la comunidad la mejor manera de ilustrar las conclusiones.

En el caso de relaciones comerciales existentes o iniciativas de pequeña escala:

- › Utilice este período de contratación anual (o bianual, o de otra periodicidad, en base a la frecuencia de contratación de la empresa) para revisar la relación comercial y los beneficios para ambas partes. Los contratistas pueden hacer preguntas como:
  - ¿El turismo está causando un impacto neto positivo en la comunidad?
  - ¿El volumen de viajeros es óptimo o existen riesgos de sobreexponer a la comunidad,
  - ya sea culturalmente o en relación al uso de recursos naturales, como el agua?
  - ¿Cuáles son los costos y el flujo de efectivo para el negocio indígena? Y, ¿el precio es justo para ambas partes?
  - En términos de comportamiento turístico, ¿han habido inquietudes, alguna información que necesite actualizarse con respecto a las reglas o la conducta en la comunidad?
- › Determine si hay cambios que puedan ser necesarios, y cuáles son, para la relación comercial y/u operación en base al diálogo con el proveedor o los líderes indígenas.



# **DIRECTRICES PARA OPERAR EXPERIENCIAS TURÍSTICAS**

## Interpretación

### DIRECTRIZ 9

Desarrollar experiencias turísticas, incluyendo elementos interpretativos, de manera que presente la cultura viva (actual), las costumbres, el idioma, la conexión con los recursos naturales, la historia y los sitios locales consistentes con la narrativa indígena (en su propia voz), protocolos y códigos culturales (costumbres) indígenas según lo acordado que sea relevante para la experiencia turística.

#### ACCIONES CLAVES

- › Solicitar protocolos y códigos y culturales para compartir elementos culturales del proveedor turístico indígena. Por ejemplo, pregunte: "¿La comunidad está involucrada en la entrega de la programación cultural al visitante?". Debería ser desde su perspectiva y su voz, y solo debería incluir aspectos de la cultura que la comunidad desee compartir y de la manera que desee compartirlos.
- › Evaluar si la experiencia turística cumple los protocolos y/o códigos y normas culturales existentes diseñados por la comunidad indígena para garantizar la autenticidad y salvaguardar los sitios, costumbres y los recursos culturalmente sensibles. Aborde cualquier brecha que pueda identificarse a través de la evaluación.
- › Provea una descripción de los elementos de la experiencia turística, que incluya la interpretación de aquellos elementos, a los líderes tradicionales para que los revisen y hagan sus recomendaciones para luego incorporarlas.
- › Conseguir la aprobación de los líderes tradicionales para la interpretación de los bienes culturales que estarán incluidos en la experiencia turística.
- › Invite a los integrantes de la comunidad indígena a que hablen por ellos mismos y se representen [primera voz].

### DIRECTRIZ 10

Un intercambio cultural significativo entre visitantes y anfitriones debería ser el objetivo de las actividades de turismo indígena, incluyendo talleres de artesanía o cocina o experiencias basadas en la naturaleza. Hay que considerar limitar el tamaño del grupo y/o dividir los grupos grandes para que las interacciones sean significativas. Las instrucciones tanto para los anfitriones como para los visitantes pueden ser necesarias para crear intercambios profundos.

#### ACCIONES CLAVES

- › Asegurarse de que en todo momento los viajeros estén acompañados por uno o más integrantes de la comunidad indígena anfitriona, incluido el personal, los proveedores locales y los intérpretes.
- › Ofrezca a los viajeros la oportunidad de relacionarse con varios integrantes de la comunidad, incluidos los mayores y los más jóvenes, cuando sea apropiado.
- › Crear oportunidades no estructuradas o informales para el compromiso entre los visitantes y los anfitriones, como las comidas.

## Empleo y Crecimiento

### DIRECTRIZ 11

Ofrezca preferencia de empleo y contratación a los integrantes de la comunidad indígena.

#### ACCIONES CLAVES

- › Siempre que sea posible, establezca una política de preferencia de contratación y empleo indígena en todas las solicitudes. Las experiencias de turismo indígena siempre deben ser dirigidas por una persona indígena.

### DIRECTRIZ 12

Pagar salarios justos y precios iguales o superiores a las tasas del mercado.

#### ACCIONES CLAVES

- › Los salarios y los precios deben estar alineados con el promedio local o ser superiores a este (cuando el promedio local es demasiado bajo y no refleja el costo de vida). Este número debería basarse en la investigación sobre las condiciones económicas locales y los salarios promedio del país.
- › Documentar las investigaciones y las discusiones con las personas interesadas (vea las Directrices 1, 2, 4 y 5).
- › Cubrir los costos de comida, alojamiento y equipos para los empleados y proveedores indígenas, según corresponda, para que no tengan que cubrirlos con sus salarios.

# Educación para el Visitante

## DIRECTRIZ 13

Las empresas de viajes deberían proveer información actualizada acerca del tipo de visitantes esperado y sus expectativas a los gestores de empresas, los guías turísticos, los anfitriones y los proveedores indígenas. Por ejemplo: ¿Son mochileros que viajan con presupuesto reducido que son flexibles y cuyas demandas son modestas o es probable que exijan un nivel de comodidad y servicio superiores? ¿Qué idioma hablan? ¿Cuánto saben sobre la cultura indígena?

### ACCIONES CLAVES

- › Durante el compromiso inicial, las empresas de viajes deberían compartir con el proveedor o la comunidad descripciones claras de quién visitará el destino, así como los estándares de servicio esperados y las necesidades.
- › Los guías y las oficinas que cobran las reservas deberían ofrecer advertencias por adelantado directamente a la comunidad o el proveedor con respecto a las preferencias de comidas, los requisitos de hospedaje, los cambios en la cantidad de visitantes, las cancelaciones, etc., para que puedan anticipar y gestionar las expectativas.

## DIRECTRIZ 14

Las empresas de viajes deberían establecer un código de conducta para su personal, así como para los visitantes, en una consulta con la comunidad indígena. Supervise y actualice el código de conducta a lo largo del tiempo junto con el proveedor o la comunidad indígena.

### ACCIONES CLAVES

- › Establecer un código general de conducta que puedan usar el personal y los visitantes que se relacionan con las comunidades indígenas.
- › Definir el protocolo que debe emplearse en caso de que ocurra un incumplimiento del código de conducta y comuníquelo al personal y los visitantes.
- › Para cada comunidad, solicite al/los proveedor/es indígena/s o a los líderes tradicionales un código de conducta que pueda entregarse a los guías turísticos con observaciones específicas para el viaje, que incluya orientación acerca de los siguientes temas:
  - Fotografía, grabación, filmación y dibujos
  - Vestimenta
  - Religión
  - Residuos
  - Regateo/negociación
  - Propinas
  - Transacciones comerciales
  - Entrega de obsequios
  - Souvenirs
  - Artefactos
  - Uso del agua y la electricidad
  - Muestras de afecto en público
  - Estructura social y respeto a los mayores
  - Contacto visual y gestos
  - Alcohol y drogas
  - Normas durante las comidas

- Comportamiento en las actividades culturales
- Exploración independiente
- Áreas sin acceso
- › Incluya códigos de conducta en los manuales y las sesiones de capacitación del personal y exija la confirmación por escrito de su comprensión y cumplimiento. La declaración firmada puede incorporarse a los contratos de los empleados junto con las políticas de la empresa.
- › Comuníquese los códigos de conducta a los visitantes en forma clara durante la reunión informativa del tour y solicite un compromiso oral o escrito de que los visitantes han entendido y están dispuestos a cumplir el código.

## DIRECTRIZ 15

Reconocer el conocimiento y las costumbres tradicionales de la comunidad indígena, especialmente en lo que respecta al conocimiento religioso, medicinal, vegetal y animal, y trabajar activamente con la comunidad para prevenir el uso indebido, la apropiación y la explotación cultural.

### ACCIONES CLAVES

- › Asegúrese de que la experiencia turística cumpla los protocolos y/o códigos y normas culturales existentes diseñados por la comunidad indígena y que los sitios, las costumbres y los recursos sensibles culturalmente estén representados con precisión y protegidos
- › Familiarizar al personal local con los protocolos y los códigos, e implemente un sistema anónimo para reconocer y reportar violaciones observadas o sospechadas del código a los líderes indígenas.



Algunas integrantes de la comunidad Wiwa de Colombia muestran artesanías a los visitantes.



Una integrante de la Cooperativo de Tejido de Mujeres de Ccaccacollo en Perú muestra las técnicas artesanales tradicionales.

# DIRECTRICES SOBRE MARKETING EN LAS EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

Esta sección proporciona una guía para profesionales de marketing que promocionan experiencias con comunidades indígenas. Estas directrices son aplicables a todas las situaciones en las que una comunidad indígena está representada ante un público externo..

### **DIRECTRIZ 16**

Proporcionar a las partes interesadas de la comunidad indígena la oportunidad de aprobar el uso de imágenes y textos relacionados con sus bienes culturales con fines de comercialización.

#### ACCIONES CLAVES

- › Obtener el consentimiento por escrito de la comunidad para publicar o exhibir fotografías, videos, textos y entrevistas.
- › Obtener pautas de uso de los líderes indígenas para usar dichas imágenes y textos haciendo hincapié en la difusión y el uso de imágenes y arte indígenas.
- › Proporcionar la comunidad ejemplos del tipo de imágenes y textos utilizados en los materiales de comercialización de la empresa.
- › Debería obtenerse la aprobación explícita para un artículo destacado; por ejemplo, si una persona será usada en la promoción de un tour en Internet, impreso, etc., debería obtenerse la aprobación de esa persona. En el caso de que haya niños involucrados, el consentimiento para obtener las imágenes y el uso de las imágenes debería pedirse a los padres o los tutores legales o los cuidadores. Vea las pautas específicas sobre niños en *El bienestar de los niños y la industria turística: Pautas de buenas prácticas internacionales*.

### **DIRECTRIZ 17**

Educar a los visitantes antes de la llegada con el objetivo de informarles sobre la comunidad de acogida, disipar los estereotipos y promover el respeto mutuo.

#### ACCIONES CLAVES

- › Solicitar que la comunidad de acogida indígena proporcione información, incluida la historia, las costumbres, las frases básicas en el idioma local, un código de conducta y cualquier otro tipo de información que desee comunicar a los visitantes. Esta información debe incluirse en las notas de viaje del guía turístico para su discusión con los viajeros antes y/o al llegar.
- › Las costumbres y las reglas específicas que los turistas deberían tener en cuenta, como el código de vestimenta, deberían proveerse en itinerarios en línea y/o distribuirse antes de la visita a la comunidad.

### **DIRECTRIZ 18**

Todos los materiales promocionados que estén a disposición por los operadores turísticos deben representar de forma precisa y respetuosa la cultura, las costumbres, el idioma, la conexión con los recursos naturales y la historia de la comunidad de una manera coherente con el relato indígena.

#### ACCIONES CLAVES

- › Las empresas de viajes debería solicitar protocolos y códigos y costumbres culturales para compartir la información del proveedor o la comunidad indígena.
- › Evaluar los materiales de marketing con los protocolos existentes y los códigos culturales, particularmente en torno al lenguaje que se usa para describir la historia, la cultura y los nombres de los lugares.
- › En los casos en que los que no hay disponibles protocolos ni códigos culturales, las empresas de viajes y los proveedores debería consultar el material de comercialización disponible al público producido por la comunidad y/o el proveedor para obtener orientación. Documente las fuentes utilizadas.

# GLOSSARIO

## **Turismo Indígena**

Actividades que tienen lugar en o alrededor de las comunidades indígenas con el propósito de exponer a los visitantes a las costumbres tradicionales y que provean a las comunidades los recursos e incentivos para preservar sus recursos culturales y naturales.

## **Empresa de Turismo Establecida en la Comunidad**

Un negocio de servicios operado por una comunidad con el propósito de proporcionar a los visitantes de experiencias de aprendizaje auténticas. Si bien estas empresas pueden desarrollarse con apoyo público y privado, el objetivo de estas es que sean autosuficientes y generen valor económico para la comunidad.

## **Comunidad Indígena**

Una comunidad que ha heredado y continúa practicando un conjunto único de tradiciones culturales, que son distintas de las de la sociedad dominante circundante y se caracterizan por normas sociales, culturales, económicas y políticas particulares.

## **Proveedor Indígena**

Un negocio que es propiedad y está operado por miembros de una comunidad indígena que proporciona bienes y servicios, como alimentos o visitas guiadas y actividades.

## **Códigos Culturales**

Símbolos y sistemas de significado relevantes para los miembros de una comunidad indígena en particular.

## **Apropiación Cultural**

Tomar o adoptar aspectos de una cultura indígena sin la consulta, el acuerdo y / o el permiso adecuados de esa comunidad.

## **Actor o Parte Interesada**

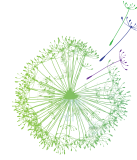
Cualquier individuo, grupo u organización con un interés y / o preocupación particular sobre la planificación, el impacto y los beneficios de las actividades y proyectos turísticos.



International Institute  
of Tourism Studies  

---

THE GEORGE WASHINGTON UNIVERSITY



2017  
INTERNATIONAL YEAR  
OF SUSTAINABLE TOURISM  
FOR DEVELOPMENT

