

ESPACIOS TURÍSTICOS RURALES PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE: EL TURISMO RURAL COMUNITARIO EN EL PERÚ

RURAL TOURIST AREAS FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT: COMMUNITY-BASED RURAL TOURISM IN PERU

Ignacio Sariego López
Observatorio Turístico de Cantabria
Escuela Universitaria de Turismo Altamira

Recibido: 17 de mayo de 2014

Aceptado: 24 de julio de 2014

RESUMEN

El turismo rural comunitario (TRC) es un fenómeno relativamente reciente que se desarrolla en el medio rural, de manera planificada y sostenible, basado en la participación de las poblaciones locales organizadas para beneficio de una comunidad. Perú, en su calidad de país megadiverso, reúne condiciones apropiadas para liderar este modelo turístico a escala mundial, como una nueva forma de viajar, dotando al visitante de una experiencia única y vivencial que potencie la imagen del país como auténtico, competitivo y de calidad. La presente investigación ofrece los resultados obtenidos mediante la Acción Integrada del Programa de Cooperación Interuniversitaria e Investigación Científica de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) titulado: Observatorio Turístico del Perú, Turismo Rural Comunitario (en adelante Programa OTP-TRC) partir de esta referencia se presentarán diversos análisis de las actividades turísticas relacionadas con los destinos comunitarios prioritarios, siguiendo criterios de representatividad geográfica, accesibilidad, tipo de organización, diversidad ecológica, diversidad cultural, origen de la iniciativa y nivel de desarrollo.

Palabras clave: Comunitario, Perú, reducción de pobreza, rural, turismo.

ABSTRACT

Community-based Rural Tourism (TRC) is a relatively recent experience which is developing in the countryside, in a planned and sustainable way based on the participation of local populations organized for the benefit of a community. Peru, as a megadiverse country, has the appropriate conditions to lead this touristic model on a global scale, as a new form of travel, giving visitors a unique and existential experience that enhances the image of Peru as a real, competitive and high quality country. This research study presents the results obtained by the Integrated Action of the Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), Interuniversity Cooperation and Scientific Research Program entitled: Peru Tourist Observatory: Community-based Rural Tourism. From this standpoint, the article will offer a range of analyses of the touristic

activities involving the priority community targets. The criteria followed will include geographical representation, accessibility, type of managing organization, ecological diversity, cultural diversity, origin of the initiative, and level of development.

Key words: Community, Peru, reducing poverty, rural, tourism

Introducción

El turismo sigue siendo hoy por hoy uno de los sectores económicos con mayor repercusión y peso en las economías de muchas regiones del mundo. Los importantes flujos económicos que produce, así como la gran cantidad de empleos que genera, convierten a esta actividad en uno de los pilares socioeconómicos con mayor consistencia y estabilidad a nivel mundial (Antón & Vera, 1998; Barrado, 2004; Cooper & Hall, 2008; Gunn, 2002; Rivas & Magadán, 2012; Sáez, 2009; Shaw & Williams, 2004; Valls, 2004).

Sin embargo, el vínculo existente entre el turismo y la economía no se limita exclusivamente a la riqueza que esta actividad produce, sino que su propio desarrollo está muy influenciado por el contexto socioeconómico en el que se desenvuelve (Butler, Hall & Jenkins, 1998; Morrison, Lynch & Johns, 2004; Petrou, Pantziou, Dimara & Skuras, 2007). La industria turística debe hacer frente a una incesante **expansión de la demanda** mundial que exige la especialización creciente de la oferta turística. Los cambios en esta demanda son, incluso, cada vez más profundos y determinantes; así, Fayós planteó hace algunos años la llegada de la “Nueva Era del Turismo” (Serra, 1999: 4) como un espacio temporal en el que los consumidores son más expertos, más independientes, más activos, más cultos, y donde los valores como el respeto al medio natural y cultural están más presentes. Otros autores (Shaw et al., 2004: 117) reafirman esta teoría asegurando que el crecimiento del turismo posfordista nos conduce hacia productos especializados y nichos de mercado específicos, que provocan gran volatilidad en las preferencias de consumo debido al incremento de modelos no masificados y más funcionales. Por este motivo, el mercado turístico está experimentando una **fuerte evolución competitiva** (Rodrigues & Carrasqueira, 2011; Sariego & Moreno, 2009; Smith, 1994). La carrera por el éxito de destinos y productos está provocando profundos y constantes cambios en el sector que afectan de manera notable a su estructura (Ivars, Rodríguez & Vera, 2012).

Este nuevo escenario está permitiendo la expansión de un modelo de turismo alejado de las actividades recreativas convencionales, apostando de forma decidida por el conocimiento y la experiencia compartida con comunidades locales, lo que se denomina turismo responsable, turismo solidario o turismo comunitario. Según numerosos autores (Ashley, Roe & Goodwin, 2001; Gascón, 2005; Maldonado, 2006; Tresserras & Mohamed, 2009; Cañada, 2010; Pastor & Almarcha, 2011; entre otros), este modelo turístico ocupa particularmente un interés creciente en nuestras sociedades.

El turismo rural es una actividad difícil de definir, puesto que adopta distintas formas, según el lugar y el momento en el que se desarrolle. Existen innumerables intentos de definir el turismo rural y todos ellos coinciden en otorgar al entorno natural y cultural un papel preponderante. En muchas ocasiones, las definiciones de las

diferentes clases de turismo alternativo –turismo verde, turismo responsable, turismo comunitario, agroturismo o ecoturismo– se emplean indistintamente. Sin embargo, es necesario puntualizar que la variada tipología de ocio tiene connotaciones desiguales según la oferta, la demanda o el medio donde se realice.

Por todas estas diferencias puede ser útil separar los conceptos de turismo responsable, rural y natural; aunque las motivaciones, comportamientos, perfil de la demanda, canales de comercialización, respuestas de agentes implicados y la triple condición responsable, rural y natural, son circunstancias que dificultan su diferenciación en los países menos desarrollados. Además, se le debe sumar el concepto “comunitario” cuando se desarrolla en **convivencia con determinadas comunidades nativas**, con rasgos y cultura propios. Día a día surgen nuevos modelos de desarrollo turístico que hacen aún más difícil establecer criterios para diferenciar los distintos patrones de la actividad.

La generalización de este modelo turístico es un fenómeno relativamente reciente, impulsado por los **sectores más jóvenes de la sociedad**, y que se ha visto acelerado principalmente desde comienzos de este siglo. Las causas de este auge son muy diversas, aunque entre ellas cabe destacar el incremento de la información y sensibilización por parte de ONG y medios de comunicación, el apoyo de los organismos públicos como forma de paliar la pobreza, y los cambios en los valores de la sociedad.

Desde un punto de vista economicista, el turismo rural comunitario puede dinamizar ciertos territorios, reactivando economías locales más allá de quienes están implicados directamente en los servicios de alojamiento; así, genera una importante demanda vinculada a la producción y venta de alimentos y bebidas, guiado de rutas, alquiler de servicios de transporte o elaboración y comercio de artesanías, entre otras actividades.

Sin embargo, no todas las consecuencias del turismo son positivas. En muchas ocasiones, la actividad turística provoca una transformación negativa en el territorio. El carácter difuso y no extractivo puede llevar a ignorar estos impactos, y no solo por motivos de saturación y contaminación, significativamente influidos por sus componentes territoriales y ambientales, sino por la descoordinación entre el nuevo uso del territorio y su vocación, tolerancia y ruptura de los paisajes culturales ancestrales. El turismo no solo consume suelo sino también sociedades.

Según diversos autores (Cañada, 2009; Gascón, 2009; Goodwin, Mc Combes & Eckhardt, 2009; Maldonado, 2006; Pastor & Almarcha, 2011), el turismo comunitario se entiende como un **modelo de integración con la cultura local de un territorio**, en todos sus aspectos. Es decir, el turismo comunitario, además de manifestar una identidad cultural propia, desde el punto de vista operativo, tiene una realidad tan íntimamente ligada al territorio que en ningún caso puede desarrollarse de espaldas a él. Para algunos autores (Azevedo & Luiza, 2004), durante muchos años, las comunidades rurales indígenas desarrollaron diversas estrategias adaptativas para alcanzar una estabilidad socioambiental que les permitiera crecer y conservar su cultura, sin pensar que el turismo pudiera tener un espacio dentro de su cotidianeidad.

La actividad tiene cada vez más presencia y ocurre lo mismo en otros contextos: el envenenamiento desde instituciones públicas por intereses políticos o desde instituciones privadas por intereses económicos ha generado demasiadas expectativas en los territorios.

Muchos espacios alejados de circuitos turísticos tradicionales anhelan, con poco éxito, incorporarse a una importante cadena de comercialización. Este error, como bien señala Gascón (2010), rompe la estructura y la vocación social de un territorio, con los problemas que ello conlleva. Para un poblador rural, una propuesta cooperativa agropecuaria permite adecuar sus expectativas de desarrollo, por lo que parece lógico priorizar intervenciones en sectores propios en detrimento de los que promueven la introducción de sectores nuevos, sobre los que la población local tiene escasa o nula formación e información. El mismo autor propone la necesidad de conocer los sistemas de distribución del poder y las tradiciones culturales existentes, debido a que el cambio de actividades económicas en un territorio significa procesos complejos de sensibilización y asunción de nuevas tareas por parte de la sociedad local. Además, algunos estudios (Twining-Ward & Ferguson, 2011) señalan que el turismo está generando en determinados territorios mayores desigualdades entre hombres y mujeres por el reparto inequitativo de los beneficios. Sin embargo, la socialización de este fenómeno turístico sigue avanzando, aunque con más demora de la que muchos inversores, agencias o, incluso, pobladores, desearían.

La “apertura al público” de numerosas comunidades, junto con la creación de nuevos productos vivenciales y otros factores relacionados con esta oferta turística distinta, han satisfecho el interés y motivaciones de diversos segmentos del mercado, permitiendo un moderado crecimiento de esta actividad.

Entre las muchas experiencias en Latinoamérica, el Perú, en su calidad de país megadiverso, reúne condiciones apropiadas para liderar este modelo turístico a escala mundial. Las experiencias de desarrollo del turismo rural comunitario (o turismo responsable) surgidas hasta la fecha se han dado, en su mayoría, por iniciativa de emprendedores que identificaron oportunidades de negocio para atender una incipiente demanda o gracias a proyectos desarrollados con el apoyo de organizaciones de cooperación y/o empresas privadas.

Actualmente son más de setenta los destinos comunitarios con los que cuenta el Perú, en distintos grados de desarrollo, articulados dentro del Programa de Turismo Rural Comunitario. Su rápida evolución está permitiendo que estas iniciativas ya cuenten con un referente capaz de coordinar y garantizar todos sus servicios. Además, las condiciones del país permiten diversificar las experiencias por climas, ecosistemas y culturas. Estos emprendimientos se están ejecutando con una gran aceptación entre las comunidades locales, así como por parte de los turistas que las visitan.

Actualmente, la participación de la comunidad peruana en la gestión y operación de los emprendimientos está garantizada de forma directa y unitaria mediante organizaciones asociativas comunitarias, o de forma directa y múltiple en alianza estratégica con otros actores cuyos objetivos son afines, como gobiernos locales, ONG y cooperación internacional.

El Estado peruano, por su parte, a través de sus gobiernos regionales y locales, ejerce sus competencias en la dotación de bienes públicos básicos, en el ordenamiento del territorio, en la planificación local y en la creación del entorno adecuado, facilitando programas de capacitación y asistencia técnica para la consolidación de esta oferta turística.

Esta investigación ilustra brevemente los primeros resultados sobre la demanda del turismo comunitario en los principales destinos del Perú. Los resultados presentados muestran una parte del Programa OTP-TRC. Este análisis particular no puede ser tomado más que como una aproximación general, y en ningún caso se trata de un estudio de detalle sobre la situación concreta de una comunidad rural peruana.

El Programa OTP-TRC

El origen de este artículo se circunscribe al Programa OTP-TRC. El objetivo de este programa es contribuir al fortalecimiento de los centros de educación superior y de investigación del Perú, a través de actividades conjuntas y de transferencia de conocimientos y tecnología que permitan crear o mejorar capacidades institucionales.

Específicamente para esta investigación trabajan coordinadamente la Escuela Universitaria de Turismo Altamira de la Universidad de Cantabria, la Universidad Nacional de Cajamarca y el Observatorio Turístico del Perú de la Universidad de San Martín de Porres; además de las antenas de Chiclayo, Cuzco y Arequipa de dicho observatorio. Estas tres instituciones reúnen y ponen a disposición del proyecto 14 investigadores y ocho becarios.

La Acción Integrada prevista desarrollará herramientas metodológicas consensuadas por todos los participantes, basadas en la creación y aplicación en el territorio de un modelo de satisfacción de visitantes (Servperf), así como en el establecimiento de una primera evaluación de calidad del servicio turístico en distintas comunidades rurales del Perú.

Las diferentes antenas del Observatorio Turístico del Perú toman datos sobre diversos aspectos, entre los que destacan valores tangibles: alojamiento, comida, servicios higiénicos, limpieza, oferta de productos artesanos o la posibilidad de realizar actividades; y valores intangibles: empatía y atención al cliente, relación calidad/ precio, sensación de seguridad, confiabilidad y profesionalidad, etc.

La investigación emite diagnósticos periódicos sobre esta evaluación continua con el fin de consolidar un polo de competitividad referente en el Perú, mediante la aplicación de herramientas de innovación turística y tecnológica para el desarrollo del turismo rural comunitario. De esta manera se pretende consolidar una red de investigación permanente en centros de investigación universitaria y no universitaria, que se identifiquen como los principales actores territoriales en la toma de decisiones para la aplicación efectiva del Programa Nacional de Turismo Rural Comunitario del Perú (PNTRC) del Mincetur.

El Perú: turismo rural comunitario

La actual política del país aplicada desde las instituciones públicas está ligada a estas iniciativas comunitarias, centrando su interés en construir una cultura de viaje y fortalecer el posicionamiento del Perú como destino turístico de primer nivel.

Las perspectivas de desarrollo turístico son muy alentadoras. Según los últimos datos oficiales de la Organización Mundial del turismo, Perú muestra un crecimiento del 9% de llegadas al país en el 2012, frente al 4% en el mundo y 4% en las Américas; un crecimiento de llegadas del mercado latinoamericano del 12%; y un crecimiento del flujo turístico interno del 7%. Todo ello unido a la conectividad directa con Francia son referencias que generan excelentes perspectivas a futuro.

En el año 2013, las principales líneas de actuación externa del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) basaron su trabajo en el fortalecimiento del turismo interregional, el posicionamiento en Europa como segmento de alto gasto y la exploración de nuevos mercados en India, China, Corea, países árabes, países nórdicos y Rusia. Asimismo, y de forma interna, el Mincetur pretende diversificar y desestacionalizar los viajes a destinos no convencionales; consolidar los destinos tradicionales en coordinación con el sector privado y los gobiernos regionales; impulsar destinos no convencionales en temporada alta; estimular viajes hacia destinos no tradicionales durante días feriados a escala local, regional y nacional (turismo intra e interregional); y enfocar acciones hacia nichos de mercado específicos: orgánico, étnico, comercio justo, alpaca, biocomercio y café *gourmet* (PromPerú, 2012).

Dentro de este contexto se sitúa el turismo rural comunitario del Perú. Las comunidades rurales peruanas cuentan, en general, con la virtud de conservar una alta cohesión y una fuerte identidad, asociada a referentes culturales propios, cuyo origen se encuentra en la historia, el paisaje o las costumbres. Conceptualmente este modelo se define como, “toda actividad turística que se desarrolla en el medio rural de manera planificada y sostenible con la participación de las poblaciones locales organizadas para el beneficio de la comunidad, donde la cultura rural es el componente clave del producto” (Mincetur, 2008: 4).

Las comunidades rurales peruanas, de la misma manera que otros territorios distribuidos por el mundo, presentan problemas, retos y conflictos similares. Algunos estudios desarrollados en Ecuador, Sudáfrica, Santa Lucía, Nepal, Uganda y Namibia (Ashley et al., 2001) muestran algunos inconvenientes comunes a los enfrentados por dichas comunidades: escasa cooperación de las autoridades en la conservación y en el desarrollo del turismo, necesidad de un apoyo de conocimiento externo, bajo número de visitas respecto a las expectativas creadas, falta de capacitación para brindar servicios turísticos, sobre dependencia de las agencias y operadores, carencia de producto estructurado e inaccesibilidad logística en lugares remotos, entre otras dificultades.

Para intentar paliar estos y otros problemas asociados a las comunidades rurales peruanas surgió, a nivel institucional, desde el Mincetur, el Programa Nacional de Turismo Rural Comunitario (PNTRC), que articula

emprendimientos rurales preparados para recibir turistas, con el fin de contribuir al desarrollo económico local y a la reducción de la pobreza del país.

La oportunidad de este modelo de gestión debe su origen a que, de los 17 días que en promedio invierten los extranjeros en el país, el 80% transcurre en zonas urbanas, cuando los principales íconos turísticos se ubican en ambientes rurales. Esta circunstancia ocasiona que los beneficios del turismo no estén llegando a todos los espacios; por ejemplo, el 10% de empresarios de Cuzco concentra el 80% de las divisas por turismo. El PNTRC surge, entonces, como política de inclusión económica y social por parte del Estado peruano para facilitar la distribución de las rentas generadas.

Pese a tratarse de una política inclusiva, el enfoque del programa es claro respecto al hecho de alejarse de los conceptos de turismo “propobre”, “voluntariado”, “solidarismo”, transformando el enfoque de turismo para paliar la pobreza en un enfoque competitivo mediante la dotación de servicios profesionales, siguiendo parámetros de buenas prácticas y el impulso de la cultura empresarial como base para un desarrollo efectivo.

La diferencia que imprime el programa para los destinos comunitarios que están asociados a la iniciativa nacional, con el resto de emprendimientos, se basa en el sistema de organización asociativa y en la búsqueda de la experiencia única basada en la atención personalizada, el negocio de detalle relacionado con vocación territorial y el acrecentamiento de la cultura local.

En números, la evolución de destinos comunitarios dentro del programa muestra un crecimiento exponencial al pasar desde los 42 emprendimientos de 2011 a los 72 de 2013, y proyectándose a 92 para 2016, todos ellos en diferentes velocidades de desarrollo. Actualmente esta actividad favorece a cerca de tres mil familias de forma directa y a treinta mil de forma indirecta. Se calcula que en 2012 fueron más de cien mil turistas los que visitaron los emprendimientos, especialmente en Cuzco, Puno y Arequipa, que captan el 80% de la demanda. En cuanto a su resultado económico en cifras, esta actividad genera cerca de dos millones de dólares anualmente, habiendo recibido desde el 2003 alrededor de veinte millones de dólares en procesos de ejecución de proyectos de inversión pública e infraestructuras a través del Plan Copesco.

El programa contempla el desarrollo de determinadas líneas de acción en lo que respecta a las competencias sectoriales, como son: el fortalecimiento de gobiernos locales y organizaciones públicas y privadas vinculadas a la gestión del desarrollo local; la conciencia turística y la educación para el desarrollo; la gestión del patrimonio ambiental y cultural; la gestión empresarial (micro y pequeña empresa turística rural); y la promoción turística y articulación comercial (Mincetur, 2008).

La evaluación externa del apoyo de AECID a este programa entre 2007 y 2012 (AECID, 2012) manifiesta resultados muy destacados. El estudio se plantea con el objeto de conocer el grado de éxito en el diseño del proyecto, su proyección y ejecución, la participación de las contrapartes, la administración y gestión de recursos, y el impacto sobre la población beneficiaria. De esta evaluación se obtienen algunas conclusiones muy interesantes que se pueden resumir en diez aspectos:

1. El liderazgo del Mincetur en materia de turismo rural comunitario ha sido un factor determinante para su fortalecimiento como política pública.
2. La fase de diseño está caracterizada por la escasa cooperación de los actores regionales y locales, emprendimientos y otras iniciativas y/o entidades relacionadas (universidades, fundaciones, ONG, etc.), siendo únicamente un resultado del trabajo del gabinete de una serie de expertos. Afortunadamente la redirección en el año 2009 permitió un avance adecuado.
3. El proyecto no ha transmitido correctamente los conocimientos del programa a la mayoría de los territorios alejados de los circuitos tradicionales. En determinadas administraciones regionales y locales de destinos prioritarios se carece de capacidades instructivas adecuadas debido a la alta rotación de su personal.
4. Las comunidades beneficiadas tienen mayor sentimiento de pertenencia en relación con sus recursos, su identidad cultural, su territorio, etc.; además, ha mejorado su autoconfianza y motivación. No obstante, muchos de los emprendimientos que están en fase de despegue necesitan mayor apoyo de la administración, principalmente en la generación de capacidades y habilidades para consolidarse en el turismo rural comunitario.
5. No se dispone de un sistema conjunto y unificado que recoja y procese toda la información para conocer si se han registrado mejoras en los emprendimientos y en la población beneficiaria. Esta deficiencia puede estar relativamente aliviada con la continuidad del Observatorio Turístico del Perú.
6. Muchos emprendimientos no pueden desarrollar un producto de turismo rural comunitario de calidad por no disponer de infraestructuras básicas.
7. Hay factores limitantes en las capacitaciones impartidas, debido a la escasa presencia en los talleres de representantes de las administraciones regionales y/o locales; además de las dificultades en la apropiación de las tecnologías y metodologías empleadas en distintos destinos comunitarios.
8. Los aspectos relacionados con el posicionamiento comercial del turismo comunitario en el país y fuera de las fronteras peruanas no son adecuados y deben seguir mejorando.
9. Existen indicios de mejoras en el nivel de ingresos y aumento en el volumen y flujo turístico hacia los emprendimientos.
10. Las consecuciones, resultados e impacto del proyecto son positivos en general, pero irregulares y dispares en cuanto a zonas, teniendo en cuenta la complejidad geográfica, cultural y social del país. No obstante, el aspecto relacionado con equidad de género es una materia pendiente.

En resumen, las valoraciones son positivas pero el PNTRC requiere mejoras. Finalmente, buena parte de todos estos programas, principalmente por la incidencia sobre destinos no tradicionales, tendrá una indudable repercusión en los territorios rurales del Perú y, en consecuencia, en las comunidades que los configuran.

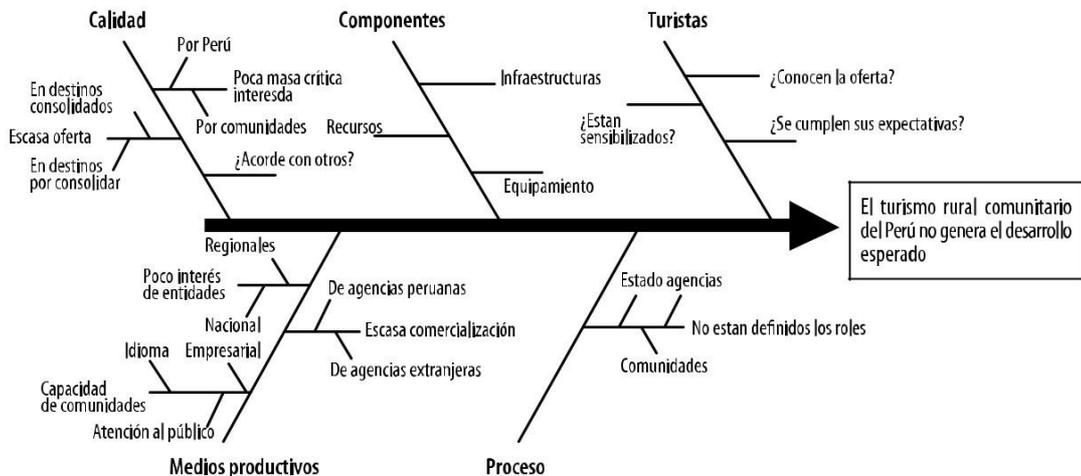
Metodología de la investigación

El marco metodológico propuesto para esta investigación alude al modelo causa-efecto definido por Kaoru Ishikawa en 1943. Se trata de un sistema que ilustra de manera relacional un problema y las posibles causas-efectos que lo generan.

Siguiendo este modelo, la investigación pretende averiguar si el turismo rural comunitario en el Perú está generando el desarrollo esperado para las comunidades que lo albergan. Resulta imposible incidir en todas las variables que condicionan la respuesta; por ello, los resultados globales que se obtienen en la Acción Integrada solo establecen una aproximación a la realidad, mes a mes, desde abril hasta diciembre de 2012, estudiando principalmente la oferta y la demanda.

La teoría de la causalidad refleja que los efectos (positivos y negativos) del turismo para las comunidades no dependen de una variable monocausal sino que existen múltiples factores que intervienen, por lo que resulta necesario que haya cierta asociación entre ellos. Las causas o factores que influyen en el proceso requieren una investigación adecuada para prevenir la aparición de efectos no deseados. Los criterios que se han definido para determinar la causalidad son: calidad, medios productivos, componentes, proceso y turistas (Figura 1).

Figura 1. Modelo causa-efecto aplicado al turismo rural comunitario



Fuente: Elaboración propia a partir del modelo de Kaoru Ishikawa.

Como se ha descrito anteriormente, el proyecto de cooperación desarrolla una metodología de trabajo específica para definir la evolución de los principales destinos comunitarios del país y, de alguna manera, ilustrar de forma significativa la realidad del turismo comunitario en el Perú.

La selección de los destinos de estudio se ha realizado de forma coordinada con el Mincetur y con el Observatorio Turístico del Perú (Tabla 1), teniendo en cuenta las comunidades que forman parte del programa, las que poseen un notable flujo de visitantes y las que se distribuyen según los siguientes criterios:

- **Representatividad geográfica.** Al tratarse de un diagnóstico de nivel nacional es muy importante contar con una muestra que incluya emprendimientos de diferentes regiones geográficas del país.
- **Accesibilidad.** Se ha tenido en cuenta la selección de emprendimientos en función de su ubicación, desde aquellos que cuentan con buena accesibilidad hasta los que evidencian deficientes condiciones de acceso.
- **Tipo de organización que gestiona.** Se han identificado las diferentes formas organizativas: asociaciones, grupos organizados, grupos de interés, cooperativa, empresa multicomunal, etc.
- **Diversidad cultural.** Los emprendimientos han sido seleccionados atendiendo a la diversidad cultural existente en el Perú: quechuas, aimaras, amazónicos y mestizos.
- **Origen de la iniciativa.** Se ha considerado el tipo de institución que lideró el emprendimiento: ONG, gobierno local, gobierno regional, persona natural, empresa privada, etc.
- **Nivel de desarrollo.** Para que la muestra sea realmente representativa se ha incluido emprendimientos con diferentes niveles de desarrollo: alto, medio, incipiente.
- **Diversidad ecológica.** Para representar un amplio espectro ecológico se ha comprendido emprendimientos en diferentes ecosistemas naturales.

A partir de todas estas variables, la selección definitiva de las comunidades de estudio es la siguiente:

Tabla 1
Comunidades rurales de estudio

Valle Sagrado (Cuzco)	Maras, Raqchi, Parque de la Papa y Chinchero.
Lago Titicaca (Puno)	Atuncolla, Llachón, Uros, Luquina-Karina, Amantani y Taquile.
Cañón del Colca (Arequipa)	Sibayo, Yanque y Coporaque.
Ruta Moche (Chiclayo)	Chiclayo y Chaparrí.
Granja Porcón(Cajamarca)	Granja Porcón.

Fuente: Elaboración propia.

La presentación de los resultados mensuales se realiza a través de un boletín que cumple principalmente con el objetivo de mostrar la evolución del turismo comunitario a todos los agentes involucrados.

Resultados

En esta publicación se presentarán los datos obtenidos en el estudio de la demanda de las iniciativas de turismo rural comunitario del Perú en el año 2012, los cuales constituyen una primera parte de los resultados de la Acción Integrada.

Concretamente, se han realizado pruebas de implantación del Observatorio en el lago Titicaca, Valle Sagrado, Cañón del Colca, Ruta Moche y Cajamarca, manteniendo representatividad suficiente a nivel nacional. Fruto de ello se han realizado algunos ajustes sobre determinadas encuestas.

Tomando como referencia para este estudio los análisis recogidos por el Observatorio, se presenta una muestra de 3.144 encuestas, distribuida de la siguiente forma:

Tabla 2
 Distribución de la muestra por comunidades

REGIÓN	COMUNIDADES ENCUESTADAS	TOTAL
AREQUIPA	Coporaque	231
	Sibayo	198
	Yanque	244
CAJAMARCA	Porcón	279
CHICLAYO	Chaparrí	224
	Chiclayo/ Plaza	120
CUZCO	Chincheru	190
	Maras	184
	Parque de la Papa	132
	Raqchi	191
PUNO	Amantani/ Colono	252
	Llachón	213
	Luquina	153
	Sillustani/ Atuncolla	175
	Taquile	184
	Uros	174

Fuente: Elaboración propia.

En relación con los resultados obtenidos y para una mejor comprensión, es importante destacar algunos aspectos que se han tenido en cuenta:

1. Las encuestas referidas a Chiclayo no responden propiamente a valoraciones sobre la ciudad, ya que solo se toman muestras de turistas que ya hayan visitado alguna comunidad rural de la Ruta Moche.
2. El análisis particular referido al “valor de satisfacción global” está desarrollado en torno a un índice que se utiliza para comparar valores que no se pueden cotejar mediante otra forma matemática. A través de esta herramienta se puede cuantificar las dimensiones conceptuales que se plantean mediante reducción a la unidad. Las variables que agrupa este índice son: alojamiento, comida, servicios higiénicos, limpieza,

ambientes para realizar actividades, productos artesanales, empatía/atención al cliente, relación calidad/precio, sensación de seguridad, confianza/responsabilidad, y profesionalidad.

3. El dato del gasto medio está referido a dólares o euros de forma indistinta. Aunque sabemos que el valor de las monedas no es paritario, la investigación asume esa pequeña desviación para facilitar las tareas del encuestador y del encuestado.
4. Por último, para desarrollar el empleo de series estadísticas en la comparación de las medias de una variable analizada, se recurre al manejo de los datos a través del programa SPSS de IBM.

Consideraciones finales

El debate sobre la posibilidad de desarrollo que ofrece el turismo comunitario debe plantearse desde una perspectiva más amplia de lo que se ha hecho hasta el momento. Por medio de esta investigación –y, en general, de toda la Acción Integrada que se llevó a cabo a lo largo de 2012– no puede llegar a valorarse con exactitud si el desarrollo del turismo rural comunitario es positivo o negativo para un territorio.

Si bien la revisión de la literatura permite entrever indicios de que el turismo comunitario está generando riesgos por la sobre expectativa y el abandono de actividades tradicionales, el aporte de esta investigación no pretende concluir el debate sino continuarlo. Los resultados que se presentan solo expresan una aproximación a la realidad y confirman la complejidad existente a la hora de evaluar esta temática.

Aunque todavía la comparación con otros años no pueda realizarse, según los datos obtenidos del año 2012 se perciben algunos rasgos de interés como, por ejemplo, que más de las tres cuartas partes de los visitantes de las comunidades (77,6%) son extranjeros. No obstante, mientras los destinos del sur (Cuzco, Arequipa y Puno) mantienen cifras elevadas de visitantes extranjeros, el resultado es menor en las comunidades de la Ruta Moche y de Cajamarca por la presencia de turistas nacionales en una notable proporción. Los análisis de perfil indican además, que los visitantes vienen por primera vez al país (84,53%) para conocer sus recursos y su cultura.

El tiempo de estancia muestra también datos diferenciados entre norte y sur, resultando un dato final de 15,31 días de media. De este total de estancia temporal en el país, los visitantes de las comunidades solo emplean una media de 0,62 de pernoctación en las comunidades, resultando un dato muy poco significativo. La valoración global de los servicios tangibles e intangibles es alta, alcanzando casi el 80% de satisfacción; los viajes por cuenta propia a las comunidades todavía no son significativos (menos de una cuarta parte de los visitantes), generando un gasto medio de 33 dólares por visitante/día por todos los servicios.

En resumen, el perfil general del viajero comunitario en el Perú puede describirse como un turista extranjero de entre 30 y 40 años, que visita el país por primera vez, viene organizado por una agencia y permanece alrededor de 15 días. No siempre pernocta en las comunidades pero su valoración es buena, especialmente la relativa a los servicios intangibles (ver Tabla 3).

Tabla 3
 Resumen de resultados obtenidos para 2012

Relación extranjeros / total (%)	77,60%
Primera visita al país (%)	84,53%
Estancia media en Perú	15,31 días
Pernoctación media en comunidades	0,62 noches
Valor de satisfacción global (100 máx.)	79,19 puntos
Viajes por cuenta propia / total (%)	24,92%
Gasto medio por cuenta propia en comunidad (persona /día)	33,43 US\$/•

Fuente: Elaboración propia.

No obstante, además de los resultados obtenidos, interesa resaltar en estas consideraciones finales la metodología aplicada, indicando que el estudio supone un comienzo para intentar llegar a resolver el marco metodológico propuesto.

Si bien la comunidad científica seguirá debatiendo algunos problemas de partida –como que no todos los lugares pueden convertirse en destinos turísticos o la falta de capacidades para ejecutar determinados programas en el medio rural de los países del sur–, otras dificultades añadidas que se deben citar son las capacidades caducas que se insertan en programas de cooperación, o los peligros de la superproducción de artesanía análoga, o quizá la pérdida de valores por la escenificación de rituales turísticos y de entretenimiento. Esta investigación solo propone desarrollar un sistema de información turística que provea de datos continuos de tipo cualitativo y cuantitativo, sin olvidar los problemas inherentes a determinadas estrategias de comercialización.

Sin querer restar importancia a las dificultades observadas y a la falta de otros estudios particulares, defendemos la validez del método como una forma aproximada de exploración de la situación. Los resultados obtenidos en los análisis del año 2012 concuerdan a grandes rasgos con la valoración cualitativa que nos da el conocimiento de la actividad turística en las comunidades rurales peruanas.

Referencias

- AECID (2012). *Informe de evaluación externa del proyecto de desarrollo y fortalecimiento del turismo rural comunitario en el Perú: Turural Perú 2007-2011*. Documento de Trabajo. Lima: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo.
- Álvarez, R. (2004). *Principios de investigación del mercado turístico*. Gijón: Corditur.
- Antón, S. & Vera, J. F. (1998). Métodos y técnicas para la planificación turística del territorio. En S. Antón & J. Oliveras (Eds.). *Turismo y planificación del territorio en la España de fin de siglo*. Tarragona: Actas de las V Jornadas de Geografía del Turismo, Grup d'Estudis Turístics, Unitat de Geografia. Universitat de Rovira i Virgili.
- Ashley, C., Roe, D. & Goodwin, H. (2001). *Pro-poor tourism strategies: Making tourism work for the poor: A review of experience*. Nottingham: ODI, IIED y CRT.
- Ávila, R. & Barrado, D. (2005). Nuevas tecnologías en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. *Cuadernos de Turismo*, 15, 27-43.
- Azevedo, L. & Luiza E. (2004). *Ecoturismo en sociedades indígenas: ¿una propuesta sostenible? The Commons in an Age of Global Transition: Challenges, Risks and Opportunities*. The Tenth Biennial Conference of the International Association for the Study of Common Property (IASCP). Oaxaca: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Barrado, D. (2004). El concepto de destino turístico: una aproximación geográfico-territorial. *Estudios Turísticos*, 160, 45-68.
- Buadés, J., Cañada, E. & Gascón, J. (2012). *El turismo en el inicio del milenio: una lectura crítica a tres voces*. Colección Thesis. Madrid: Foro de Turismo Responsable.
- Butler, R., Hall, M. & Jenkins, J. (1998). *Tourism and Recreation in Rural Areas*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Cañada, E. (2009). *Impactos del turismo en los países del sur y turismo rural comunitario*. Nicaragua: Fundación Luciérnaga y AECID.
- Cañada, E. (2010). *Aportes del turismo comunitario en los procesos de desarrollo rural de Centroamérica*. En M. Nello & L. Beas (Eds.). Actas I Congreso Coodtur. Tarragona: Universidad Rovira y Virgili.
- Chías, J. (2005). *El negocio de la felicidad*. Madrid: Ediciones Pearson Educación.
- Clarke, J. (2005). Effective Marketing for Rural Tourism. En D. Hall, I. Kirkpatrick & M. Mitchell (Eds.). *Rural Tourism and Sustainable Business*. Bristol: Chanel View Publications.
- Cooper, C. & Hall, M. (2008). *Contemporary tourism: an international approach*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Gascón, J. (2005). *Gringos como en sueños. Diferenciación y conflictos campesinos en los Andes peruanos ante el desarrollo del turismo*. Lima: IEP Ediciones.
- Gascón, J. (2009). *El turismo en la cooperación internacional. De las brigadas internacionalistas al turismo solidario*. Barcelona: Icaria Editorial.
- Gascón, J. (2010). *Limitaciones del turismo rural comunitario como instrumento de cooperación internacional. El concepto de Vocación Social del Territorio*. En M. Nello & L. Beas (Eds.). Actas I Congreso Coodtur. Tarragona: Universidad Rovira y Virgili.
- Goodwin, H., McCombes, L. & Eckardt, C. (2009). *Consulting Advances in Travel Philanthropy. Raising money through the travel and tourism industry for charitable purposes*. Leeds: WTM Responsible Tourism Day Report 2.
- Gunn, C. A. (2002). *Tourism planning: basics, concepts and case*. London: Routledge.
- IBM (2010). *SPSS Statistics Base 19. SPSS Inc. and IBM Company*. Documento de Trabajo.
- Ivars, J. A., Rodríguez, I. & Vera, J. F. (2012). La reinención de los destinos turísticos maduros: modelos evolutivos y dinámicas turístico-territoriales. Benidorm como paradigma. En F. Vera & I. Rodríguez (Eds.). *Renovación y reestructuración de destinos turísticos en áreas costeras. Marco de análisis, procesos, instrumentos y realidades* (pp. 269-296). Colección Desarrollo Territorial. Valencia: Publicacions de la Universitat de Valencia.
- Maldonado, C. (2006). *Turismo y comunidades indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta*. SEED: Documento de Trabajo N° 79. Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo.

- Mincetur (2008). *Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Perú*. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Recuperado de http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/LINEAMIENTOS_DESARROLLO_TURISMO_RURAL_ARTE.pdf
- Morrison, A., Lynch, P. & Johns, N. (2004). International Tourism Networks. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(3), 197-202.
- Pastor, M^a. J. & Almarcha, F. (2011). *Interculturalidad*. AECID. Barcelona: Ed. Icaria.
- Petrou, A., Pantziou, E. F., Dimara, E. & Skuras, D. (2007). Resources and activities complementarities: the role of business network in the provision of integrated rural tourism. *Tourism Geographies*, 9(4), 421-440.
- PromPerú (2012). *Plan Estratégico Institucional 2012-2014*. Documento de Trabajo. Lima: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
- Rivas, J. & Magadán, M. (2012). *Planificación y gestión sostenible del turismo*. Oviedo: Septem Ediciones.
- Roberts, L. & Hall, D. (2001). *Rural Tourism and Recreation. Principles to Practice*. Wallingford, Oxon, UK: CABI Pub.
- Rodrigues, L. & Carrasqueira, H. (2011). Análisis del desempeño competitivo de los destinos turísticos balnearios: el caso de Algarbe versus el Sur de España. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(4), 855-875.
- Sáez, A. (2009). Los nuevos retos de la actividad turística en el marco de una estrategia de desarrollo local. En J. M. Rodríguez & M. M. Alonso (Eds.). *Nuevas tendencias y retos en el sector turismo: un enfoque multidisciplinar*. Madrid: Delta.
- Sariego, I. & Moreno, A. (2009). *Plan Estratégico de Desarrollo Turístico en el Valle Sagrado de Perú: Ollantaytambo*. I Congreso de la Red Internacional de Investigadores en Turismo, Cooperación y Desarrollo. Tarragona.
- Sariego, I. & Esquivias, A. (2010). *Análisis de la demanda turística del municipio de Ribamontán al Mar*. Ayuntamiento de Ribamontán al Mar. Carriazo. Documento inédito.
- Serra, J. (1999). *Espacios temáticos patrimoniales*. Seminario: Turismo y gestión del patrimonio cultural. Santander: Universidad Internacional Menéndez Pelayo.
- Shaw, G. & Williams, A. (2004). *Tourism and Tourism spaces*. London: SAGE Publications.
- Smith, S. (1994). The Tourism Product. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 582-595.
- Sotomayor, C., Valer, R. & Palma, L. (2009). *Diagnóstico del Turismo Rural Comunitario en el Perú*. Lima: Mincetur.
- Tresserras, J. & Mohamed, O. (2009). Turismo arqueológico en el Magreb: la gestión sostenible del patrimonio, el turismo responsable y los programas de cooperación al desarrollo. En J. Tresserras, X. Medina, P. Santonja & P. Solanilla (Eds.). *Turismo y cooperación al desarrollo en el Mediterráneo*. Barcelona: Colección Ibertur.
- Twining-Ward, L. & Ferguson, L. (2011). *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo*. Madrid: OMT y NN.UU.
- Valls, J. F. (2004). *Gestión de destinos turísticos sostenibles*. Barcelona: Gestión 2000.