

TURISMO COMUNITARIO

Experiencias que trascienden

Lineamientos para el desarrollo del Turismo Comunitario en el Perú



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Resolución Ministerial No402-2019-MINCETUR que aprueba el documento técnico denominado “Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Comunitario en el Perú”

Elaboración y edición
Equipo Técnico de la Estrategia Nacional de Turismo Comunitario
Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Comunitario en el Perú

Editado por
Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR

Calle Uno Oeste N° 050, Urb. Córpac
San Isidro - Lima
www.mincetur.gob.pe

Segunda reimpresión Octubre del 2024

Hecho el depósito legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2019-18530

Se terminó de imprimir en octubre de 2024 en:

Acento Publicidad SAC

Av. Caquetá N° 467, Int 87. Galería Unicachi
San Martín de Porres - Lima

Tiraje: 1000 ejemplares

Lima – Perú

Diseño y diagramación

Francisco Javier Ruiz Nunura
Stefany Luján Farfán
Barah Digital Signage S.A.C.

Corrección de estilo

Mariano Orozco Zumarán
Barah Digital Signage S.A.C.

Fotografías

Estrategia Nacional de Turismo Comunitario
Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
MINCETUR

PROMPERÚ - Julio Angulo
DIRCETUR San Martín
Freddy Guillén
Macoy Zapata

La información contenida en este documento puede ser reproducida de forma total o parcial, comunicando previa y de manera expresa a los propietarios de los derechos de autor y mencionando los respectivos créditos y fuentes de origen.

Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Comunitario en el Perú

Contenido

I. Presentación	9
II. Finalidad de los lineamientos	12
III. Lineamientos para el desarrollo del Turismo Comunitario en el Perú	16
3.1 Conceptualización del Turismo Comunitario	18
3.2 Objetivos del Turismo Comunitario	20
3.3 Enfoques del Turismo Comunitario	21
3.4 Intervención para el desarrollo del Turismo Comunitario	25
3.5 Los actores y su rol en el Turismo Comunitario	32
3.6 Sistema de evolución de los emprendimientos	38
3.7 Condiciones mínimas para el desarrollo del Turismo Comunitario	44
3.8 Beneficios del Turismo Comunitario	48
3.9 Ejes esenciales para el desarrollo del Turismo Comunitario	52
- Eje 01: Fortalecimiento de la gestión del Turismo Comunitario	54
- Eje 02: Consolidación de productos del Turismo Comunitario	55
- Eje 03: Posicionamiento del Turismo Comunitario	56
- Eje 04: Fortalecimiento de la gobernanza del Turismo Comunitario	57
IV. Glosario	58
V. Anexos	64
5.1 Antecedentes	66
5.2 Análisis situacional	72
5.3 Justificación	81



Yanque

TURISMO COMUNITARIO

Experiencias que trascienden

I. Presentación

El Perú, en su condición de país pluricultural y megadiverso, posee una gran riqueza material e inmaterial que lo convierte en uno de los principales destinos turísticos a nivel mundial. Estos atributos, que atraen a miles de turistas año tras año, se han mantenido vigentes gracias a la labor que ejercen las diferentes comunidades del territorio peruano, quienes desde los años setenta han venido emprendiendo iniciativas turísticas que han incentivado una demanda que cada vez más se interesa en vivir experiencias auténticas y de calidad.

Es así como surge el Turismo Comunitario en el Perú, una actividad que brinda al emprendedor una oportunidad de negocio que permite mejorar su calidad de vida, asegurando el desarrollo sostenible de su comunidad y convirtiéndolo en gestor de su territorio.

Desde 2007, a través de la Estrategia Nacional de Turismo Comunitario, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo viene impulsando el fortalecimiento y la consolidación de sus emprendimientos, mediante procesos que han permitido incrementar la calidad de los servicios turísticos, articular la oferta con el mercado y fortalecer las competencias individuales y colectivas de los emprendedores de 50 comunidades en 12 regiones del país. Este trabajo ha permitido que el Perú sea un referente en el desarrollo del Turismo Comunitario en las Américas, lo que lo llevó a ser elegido por la Organización de Estados Americanos - OEA como sede del I Encuentro de Turismo Comunitario en las Américas en 2018.

Tras doce años de trayectoria, se ha identificado la necesidad de contar con un instrumento normativo actualizado, con estrategias claramente definidas centradas en las tendencias del mercado y en el contexto actual de las comunidades. En ese sentido, los Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Comunitario en el Perú definen una nueva mirada en respuesta a dichas necesidades, convirtiéndose en el instrumento articulador que permitirá sentar nuevas bases para orientar el desarrollo del Turismo Comunitario en el Perú.

Este importante documento ha sido elaborado y validado a través de un proceso participativo mediante grupos focales y talleres de diálogo regional en Amazonas, Áncash, Arequipa, Cusco, Puno y San Martín, con emprendedores y gestores involucrados en el desarrollo del Turismo Comunitario. En ese sentido, es un documento consensuado que contiene las experiencias y los aprendizajes de los principales actores comprometidos en el desarrollo del Turismo Comunitario en el Perú.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, como ente rector del sector turismo, invita a hacer suyo este documento y llevar a la práctica esta propuesta innovadora que permitirá enfocar y potenciar el quehacer de los diversos actores, desde una visión colectiva y de corresponsabilidad, para así contribuir al desarrollo de un turismo sostenible y a la mejora de la calidad de vida de las comunidades del Perú.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo



Llachón

TURISMO COMUNITARIO

Experiencias que trascienden

II. Finalidad de los lineamientos



Llamatrek

El presente documento tiene como finalidad establecer las bases que orienten una adecuada gestión del desarrollo del Turismo Comunitario en el Perú, logrando ser un instrumento ágil que articule los esfuerzos de los gestores locales y de las diversas iniciativas de Turismo Comunitario en las regiones. De esta manera, las intervenciones se podrán alinear con la perspectiva del Turismo Comunitario para asegurar una oferta turística competitiva como medio de desarrollo sostenible de las regiones en el Perú.



**TURISMO
COMUNITARIO**

Experiencias que trascienden

III. Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Comunitario en el Perú

3.1 Conceptualización del Turismo Comunitario

a. Concepto de Turismo Comunitario

El Turismo Comunitario es toda actividad turística que se desarrolla en un medio rural, de manera planificada y sostenible, a través de modelos de gestión con participación activa y el liderazgo de las poblaciones locales, representadas por organizaciones de base comunitaria. El Turismo Comunitario se integra de manera armoniosa a las actividades económicas tradicionales locales, para contribuir al desarrollo de la comunidad, siendo su cultura y el entorno natural los componentes clave y diferenciadores que conforman su producto turístico.

b. Estrategia Nacional de Turismo Comunitario

El Turismo Comunitario, como estrategia, es una línea de intervención del sector Turismo, liderado por el Mincetur, que fomenta un desarrollo turístico competitivo, sostenible y diferenciado desde las comunidades, mediante experiencias turísticas auténticas que respondan a las tendencias y exigencias del mercado, contribuyendo a la diversificación de la oferta turística nacional y al desarrollo socioeconómico de las comunidades involucradas.

Es importante mencionar que el presente documento concibe a las comunidades y al medio rural de la siguiente manera:

Comunidades

Conjunto de personas vinculadas por características e intereses comunes; presentan particularidades como la convivencia de sus miembros en una misma zona geográfica delimitada, una cultura compuesta por valores y costumbres comunales, una visión del mundo y una herencia tangible e intangible que se transmite de generación en generación.

Cabe aclarar que las comunidades pueden ser nativas, indígenas, campesinas, pueblos afroperuanos u otros grupos de base comunitaria que persiguen fines colectivos relacionados con la conservación de su patrimonio cultural y/o natural.

Medio rural

Es un espacio territorial multifuncional cada vez más diversificado en el que habitan familias que desarrollan diversas actividades económicas sustentadas en su forma de organización social, forjando una interrelación entre el poblador y su territorio a través del respeto y la reciprocidad.





3.2 Objetivos del Turismo Comunitario

a. Objetivo general

Contribuir al desarrollo de un turismo sostenible desde las comunidades con vocación turística ubicadas en medios rurales en los principales destinos turísticos del país, a través de productos competitivos e innovadores diseñados para un mercado objetivo que genere un dinamismo socioeconómico y una mejora de la calidad de vida de sus poblaciones.

b. Objetivos específicos

- Fortalecer la gestión del Turismo Comunitario a través de las organizaciones de base comunitaria.
- Promover el fortalecimiento, desarrollo y diferenciación de productos de Turismo Comunitario para ser competitivos y sostenibles.
- Posicionar los productos de Turismo Comunitario en los diferentes mercados.
- Fortalecer la gobernanza del Turismo Comunitario a través de la articulación público-privada.

3.3 Enfoques del Turismo Comunitario

Los enfoques permiten tener una mirada holística de la actividad turística, a través de concepciones que han sido incorporadas paulatinamente a partir de lecciones y experiencias aprendidas en el desarrollo del Turismo Comunitario. En ese sentido, los enfoques permiten guiar y evaluar el quehacer cotidiano y los métodos de trabajo de los diversos actores, con la finalidad de promover una mayor coherencia y alineación entre las diversas perspectivas y alcanzar los objetivos del Turismo Comunitario.

a. Enfoque de base comunitaria

Enfatiza el trabajo colaborativo y organizado entre los diferentes miembros de la comunidad, que, bajo una visión compartida y sus propios modelos de gestión, orientan sus conocimientos, saberes tradicionales y procesos creativos en la búsqueda de un bien común de manera sostenible a través del turismo. De esta manera, a pesar de que la configuración de las comunidades está cambiando,

¹ La comunalidad como perspectiva antropológica hace referencia a una mentalidad colectiva que permite la comprensión integral de los modos de vida tradicionales, sus estructuras y formas de organización social, que redundan en que el ejercicio de una vida comunitaria se proyecte más allá de las comunidades como territorios físicos y adopte formas más intangibles de sentidos de vida.



b. Enfoque territorial

Resalta el uso responsable, óptimo y equilibrado de los activos territoriales dentro de la comunidad, que asegure la sostenibilidad de la actividad turística mitigando cualquier impacto negativo que ponga en peligro el patrimonio cultural y natural y permita que las familias convivan en armonía con el entorno. Esta visión amplía la conciencia crítica y colectiva acerca de la importancia de la conservación del entorno ambiental local y su impacto en lo global.

c. Enfoque intercultural

Las comunidades habitan y comparten espacios activos con diversas identidades, por tanto, la interculturalidad comprende la convivencia basada en el acuerdo y la complementariedad, así como en el respeto a la identidad y a las diferencias culturales entre anfitriones y visitantes de diversos destinos, posibilitando, a través del Turismo Comunitario, la gestión de encuentros culturales que promuevan el diálogo, la interacción, la valoración de saberes, el intercambio de conocimientos y el enriquecimiento mutuo.

d. Enfoque de mercado

Tiene como principal interés garantizar la sostenibilidad económica de la actividad turística en la comunidad, basado en un comercio justo entre los distintos actores que participan en la cadena de valor del turismo, mediante una oferta de productos turísticos diseñados a partir de las características locales y tendencias actuales del mercado — según sus motivaciones y necesidades reales—, y contrastándolos con la oferta turística y la vocación del territorio, de manera que la propuesta resulte deseable y viable, y se evite la generación de falsas expectativas en las poblaciones locales.

e. Enfoque de experiencia

Centrado en el visitante, tiene como prioridad desarrollar productos turísticos personalizados y memorables, mediante viajes significantes que aporten sentido y transformen la visión cotidiana de la vida. Se requiere pasar de lo transaccional y tradicional a lo emocional y experiencial, mediante el análisis de las etapas del visitante, a fin de maximizar y enriquecer su viaje a través de experiencias innovadoras basadas en la autenticidad cultural, la historia viva y la naturaleza única del territorio comunitario.



f. Enfoque de género

Busca promover la equidad entre hombres y mujeres a través de la visibilización y análisis de las normas y valores sociales de género de las comunidades, con el fin de identificar las asimetrías y brechas en el acceso y control de los recursos, derechos, obligaciones, roles y oportunidades entre hombres y mujeres (niños, niñas y adolescentes). Asimismo, permite reducir —y no reproducir— desigualdades a través de la creación de mecanismos e instrumentos sensibles al género, adaptados a las diferencias interculturales de las comunidades. La transversalización de esta perspectiva responde a una cuestión de derechos humanos y es una condición indispensable para la sostenibilidad del Turismo Comunitario.

g. Enfoque de gobernanza

Se basa en reconocer a los emprendedores como sujetos activos y agentes de cambio que tienen la capacidad y el derecho a dialogar y decidir las diversas intervenciones en sus territorios. Así, las comunidades son comprendidas como entidades autónomas, empoderadas y capaces de asegurar el desarrollo de sus emprendimientos. Bajo esta visión, se busca promover espacios participativos y de concertación para la cogestión de la actividad turística y del territorio, en los cuales los emprendedores se integren con los demás actores, promoviendo una gobernanza local que contribuya a la generación de sinergias y a la articulación intersectorial y multinivel, que potencie los esfuerzos compartidos, fortalezca las relaciones de confianza y garantice la sostenibilidad de la actividad turística a través del desarrollo económico social de las comunidades.

3.4 Intervención para el desarrollo del Turismo Comunitario

a. Ámbito de intervención

El ámbito de intervención son las comunidades con vocación turística asentadas en medios rurales en los principales destinos turísticos del Perú, que además cuentan con un vasto patrimonio cultural y natural que posibilita la oferta turística mediante experiencias de viaje con alto grado de autenticidad². Estos espacios son idóneos para el desarrollo de emprendimientos de Turismo Comunitario.

Emprendimiento de Turismo Comunitario

Conjunto de iniciativas turísticas asentadas en un territorio con vocación turística y articuladas a una ruta turística, impulsadas por emprendedores y con participación de gestores que, bajo un modelo de gestión colaborativa, promueven el desarrollo de productos de Turismo Comunitario, a fin de generar experiencias de viaje auténticas, de calidad y significativas, que aporten a la sostenibilidad y al bienestar integral de las poblaciones locales.

² El Mincetur, a través de la Dirección de Desarrollo del Producto Turístico, prioriza destinos turísticos en el Perú con el objetivo de que las intervenciones se focalicen y generen un mayor impacto a través de la orientación de recursos a destinos con mayor potencial de arribo de visitantes. Así, los emprendimientos de Turismo Comunitario se ubican dentro de los principales destinos turísticos del Perú.

Los principales componentes de un emprendimiento de Turismo Comunitario son:

Emprendedor

Poblador de una localidad o comunidad que promueve y dirige un negocio o actividad productiva vinculada con servicios y/o actividades turísticas (alimentación, hospedaje, orientación turística, arrieraje, artesanía, entre otros) y que lucha constantemente por alcanzar objetivos propios y comunes, convirtiéndose en gestor de la actividad turística en su territorio y en agente de cambio para su comunidad, bajo un principio de ética y valores comunitarios.

Unidad productiva

Unidad de negocio con personería natural o jurídica, gestionada por un emprendedor o conjunto de emprendedores, que brinda servicios y/o actividades turísticas bajo principios de sostenibilidad.

Organización de Base Comunitaria

Es una organización constituida, reconocida y promovida por la propia comunidad que, bajo valores comunes y principios compartidos, participa y/o lidera la gestión de la actividad turística de su territorio, configurándose bajo un modelo de gestión establecido por los emprendedores, quienes, de manera colectiva, afrontan desafíos y aprovechan las oportunidades que brinda la actividad turística hacia un desarrollo sostenible, para beneficio de su comunidad.

Gestor

Organizaciones públicas o privadas que gestionan el desarrollo del Turismo Comunitario en un espacio territorial determinado, promoviendo la participación de las poblaciones locales.

Por otro lado, el desarrollo de emprendimientos de Turismo Comunitario en el Perú ha permitido reconocer distintos tipos de organizaciones para el desarrollo de la actividad turística, cada una basada en las características del territorio, las particularidades de cada comunidad y sus productos turísticos. Las principales modalidades asociativas que han adoptado las organizaciones de base comunitaria en el Perú son: asociación, cooperativa y empresa comunal.

Por lo tanto, de acuerdo a la legislación peruana vigente, las organizaciones pueden optar por diversas modalidades asociativas en función de sus necesidades específicas. Este proceso responde, principalmente, a un interés por formalizar jurídicamente la actividad de las organizaciones, que a su vez permite fortalecer la

organización interna, definiendo los roles y funciones de sus miembros. Estos modelos son gestionados con el liderazgo de sus miembros a través de responsabilidades compartidas y con el espíritu de cogestión. Además, no son estáticos, ya que cada emprendimiento puede cambiar de modelo de acuerdo a sus necesidades e intereses, a los cambios en las tendencias del mercado y a las dinámicas sociales de la comunidad.



b. Alcance de la intervención

El alcance de la intervención de la Estrategia Nacional de Turismo Comunitario, de acuerdo a sus competencias, es a nivel de fortalecimiento de capacidades del emprendedor, lo que contribuye a mejorar la gestión de sus unidades productivas, sus organizaciones de base comunitaria y las experiencias turísticas. Así, las intervenciones que transfiere el Mincetur al emprendedor son: capacitaciones, asistencia técnica y monitoreo y otros beneficios de acuerdo al estado de evolución de los emprendimientos³.

En relación con la intervención en los servicios turísticos públicos, la Estrategia Nacional de Turismo Comunitario no cuenta con las competencias directas para realizar intervenciones que comprendan acciones de inversión pública sobre instalaciones y recursos turísticos públicos de responsabilidad funcional del sector. Sin embargo, existen otros actores clave del Turismo Comunitario, como los gobiernos locales y

regionales, que sí cuentan con dichas competencias. Bajo esta situación, los presentes lineamientos pretenden guiar dichas intervenciones, que deben responder al marco normativo vigente⁴.

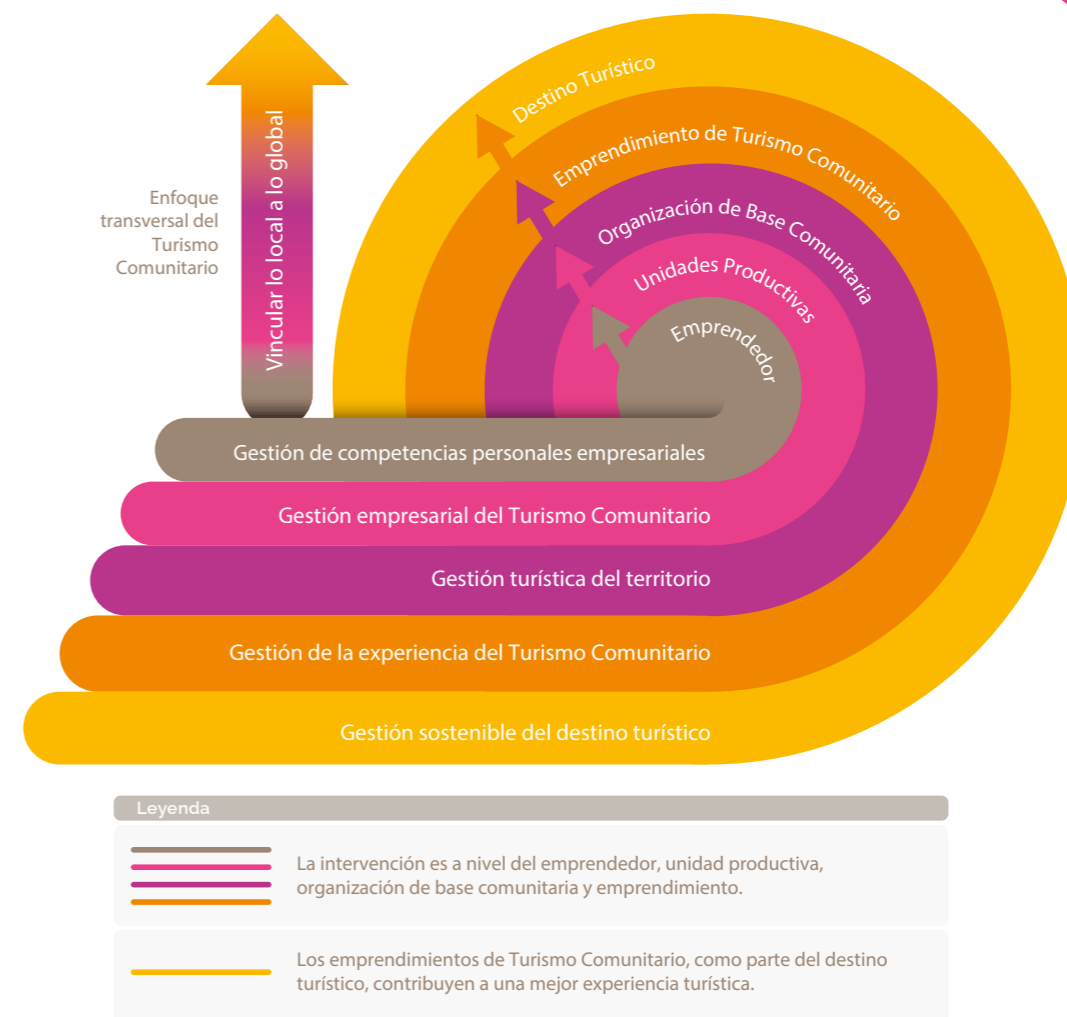
En ese sentido, el alcance de la intervención del Turismo Comunitario se desarrolla en distintos niveles. Por un lado, se realza el valor humano de la actividad turística, ya que comprende al emprendedor desde un plano individual, como capital humano, y en el plano colectivo, como parte de una organización de base comunitaria. Por otro lado, se interviene a nivel de las unidades productivas y de la experiencia turística. De esta manera, el accionar en cada nivel responde a determinadas necesidades. El gráfico 01 muestra el alcance de la intervención en cada espacio y cómo desde lo local se contribuye a la gestión sostenible del destino turístico.

³ De acuerdo al ROF del Mincetur, aprobado mediante Decreto Supremo N°005-2002-MINCETUR y modificado con Decreto Supremo N° 002-2015-MINCETUR, la Dirección de Innovación de la Oferta Turística de la Dirección General de Estrategia Turística, con respecto al Turismo Comunitario, tiene, entre otras funciones, "c) Diseñar, organizar e implementar la estrategia nacional de Turismo Rural Comunitario como mecanismo de inclusión económica y social de las poblaciones locales vinculadas a los destinos turísticos" y "f) Generar, a nivel local, capacidades para la gestión del desarrollo turístico y del manejo empresarial en la prestación de productos turísticos innovadores".

⁴ En el caso de que las intervenciones involucren a una Unidad Productora de Servicios Turísticos Públicos (recursos turísticos, acceso directo, centro soporte y Unidad de Gestión Turística), se deberá evaluar la pertinencia de la intervención mediante Invierte.pe, por lo que se deberá tener en cuenta el Programa Multianual de Inversiones del Sector Comercio Exterior y Turismo (indicadores de brechas, objetivos y metas para el cierre de brechas y los criterios de priorización de inversiones).

Gráfico 01

Alcance de la intervención



Elaboración: Estrategia Nacional de Turismo Comunitario, Mincetur.



Llamatrek

A continuación, se describe la orientación de cada alcance de intervención para el desarrollo del Turismo Comunitario:

• Gestión de competencias personales

Orientado al fortalecimiento de las competencias personales empresariales de los emprendedores. En la medida que los emprendedores tienen la motivación interna (actitudes) y quieren adquirir los conocimientos y habilidades que necesitan para lograr sus metas de negocio, ejecutan su plan de acción con compromiso, pasión y determinación (actúa, quiere y puede). Es por ello que la intervención recae en el capital humano como factor clave para la sostenibilidad de los emprendimientos de Turismo Comunitario. Así, se promueve la transición de liderazgos en los emprendimientos y el empoderamiento de hombres y mujeres, incluyendo a las nuevas generaciones, con vocación para la gestión turística en sus territorios.

• Gestión empresarial

Orientada a la mejora de la competitividad y sostenibilidad del emprendimiento en función de la construcción de un propósito, visión, objetivos y estrategias compartidas según las características definidas entre los diferentes miembros que conforman el negocio comunitario, para alcanzar beneficios personales y comunes. El alcance involucra a los distintos procesos de planificación, gestión, operación y comercialización del negocio comunitario, considerando las motivaciones y necesidades del mercado.

• Gestión turística del territorio

Orientada al aprovechamiento sostenible de los activos territoriales de la comunidad que aseguren un manejo equilibrado del territorio y el aporte del desarrollo turístico, con participación activa de la población local organizada, tanto en la gestión como en la operación turística, de la mano con los gestores públicos y privados de los diferentes sectores conexos a la actividad turística y del territorio, propiciando objetivos y beneficios afines, complementarios y comunes.

• Gestión de la experiencia

Orientada al diseño y la gestión de una oferta turística centrada en el visitante y en las tendencias actuales del mercado, mediante experiencias turísticas con valor agregado basado en la articulación de los elementos de la comunidad: cultura local, historia viva y naturaleza única, que promuevan valores y cambios responsables de conducta sostenible, aprendizajes y concientización, fomenten la conservación y protección del patrimonio, fortalezcan la identidad local, impulsen el comercio justo, entre otros.

• Destino turístico sostenible

El Turismo Comunitario plantea un modelo que establezca productos turísticos competitivos, sostenibles y diferenciales, partiendo por el interés de la comunidad, la vocación turística de su territorio y la necesidad y motivación del visitante, bajo una visión empresarial conjunta entre su organización de base comunitaria y los gestores del territorio, aportando a la diversificación y consolidación de la oferta turística regional y nacional. Asimismo, el destino turístico debe estar preparado reuniendo las condiciones necesarias para garantizar la sostenibilidad de los emprendimientos de Turismo Comunitario.



3.5 Los actores y su rol en el Turismo Comunitario

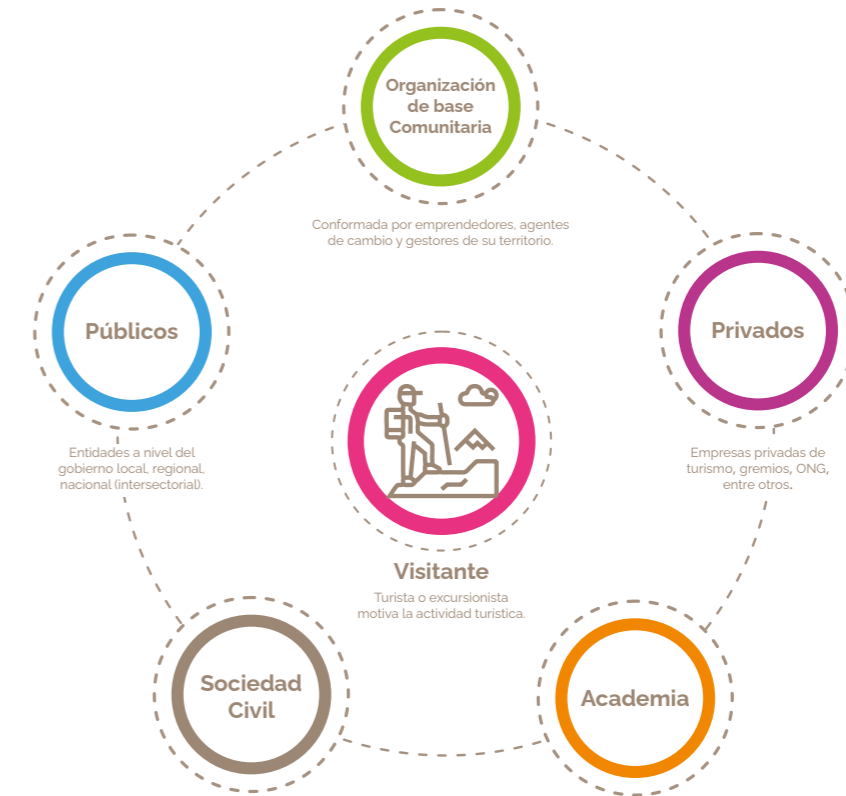
El Mincetur, como institución responsable de la actividad turística, promueve la articulación con los diferentes actores públicos a nivel intersectorial y gobiernos subnacionales, en alianza con el sector privado presente en las regiones.

Así, y en coherencia con los enfoques del Turismo Comunitario, se conciben las relaciones entre los actores desde una perspectiva horizontal y con una clara visión en el mercado. Además, se reconoce que el desarrollo del Turismo Comunitario implica un entorno multiactor, es decir, que los avances son resultado del trabajo de diversas organizaciones que, de acuerdo a sus espacios de acción, contribuyen al logro de los objetivos del Turismo Comunitario.

En ese sentido, el Turismo Comunitario tiene dos visiones claras en relación con los actores. En primer lugar, bajo una cultura centrada en el viajero, el visitante, que, si bien no se considera un actor, se ubica en el centro porque es quien motiva la oferta turística y la sostenibilidad de los emprendimientos depende del grado de alineación a la demanda y de cuánto satisfagan sus necesidades. En segundo lugar, la organización de base comunitaria (conformada por emprendedores) se visualiza como un gestor tan importante como los demás, siendo un agente de cambio de su territorio. Bajo esta visión, el emprendedor deja de lado la imagen de beneficiario o de receptor pasivo de asistencia y adopta una postura de sujeto activo de la gestión turística, es el socio principal para el logro de los objetivos del Turismo Comunitario. Como se muestra en el gráfico 02.

Gráfico 02

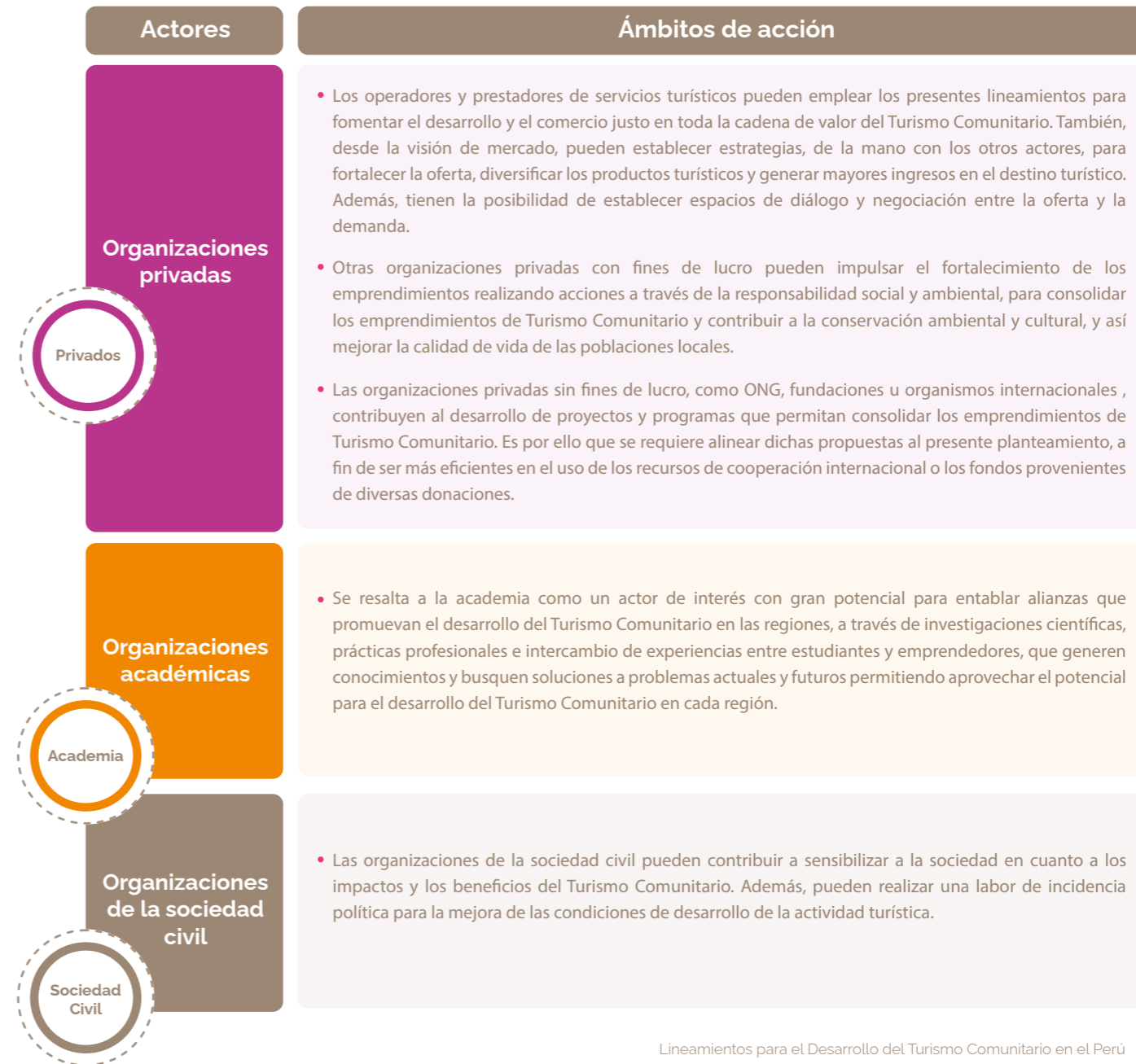
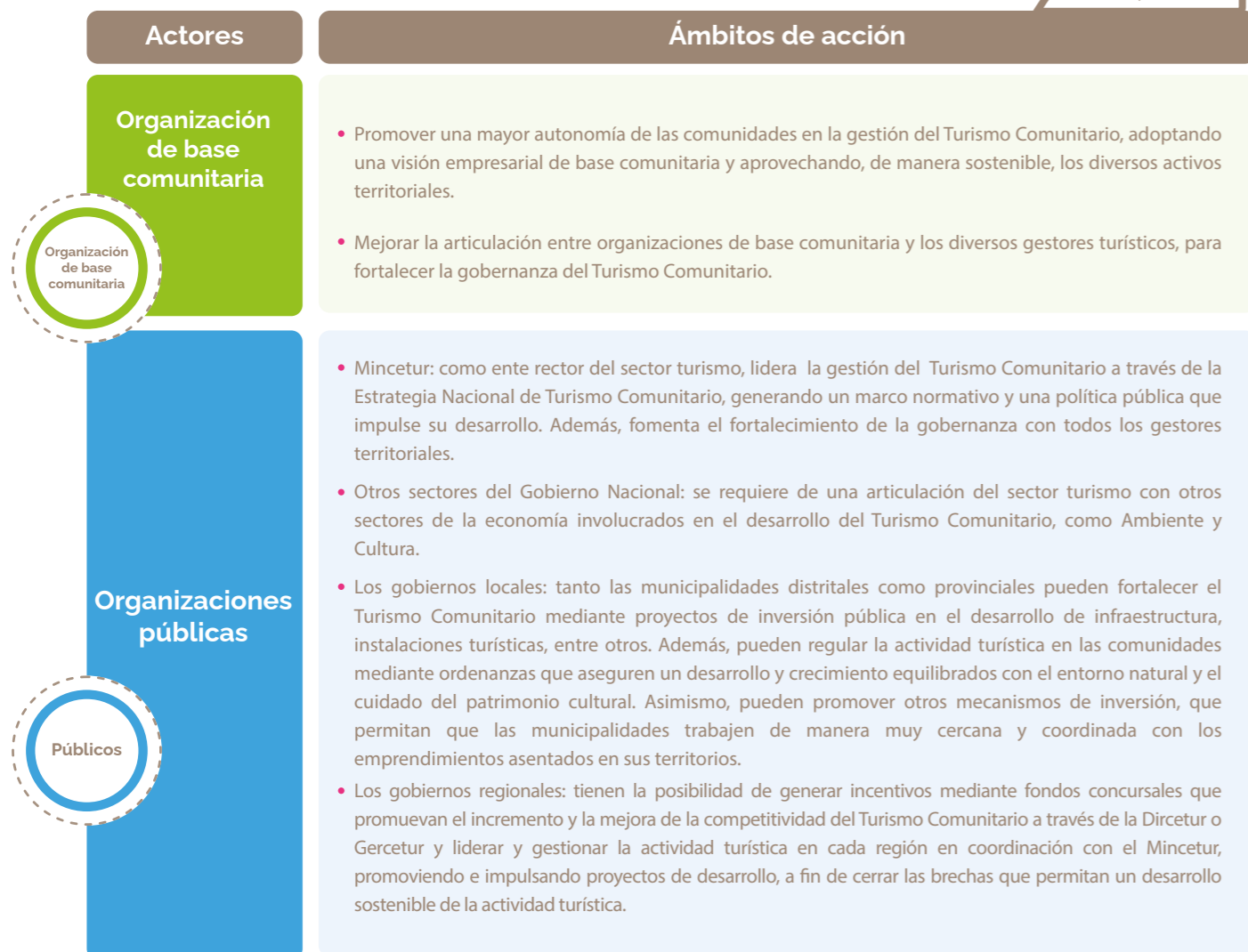
Los actores del Turismo Comunitario



Fuente: Estrategia Nacional de Turismo Comunitario, Mincetur.

De esta manera, se requiere de un trabajo sistemático con las entidades involucradas en la gestión territorial del Turismo Comunitario. Ello demanda una articulación a nivel institucional e interinstitucional, en el marco de las competencias de cada sector, a través de espacios de coordinación y concertación que posibilitan que los gestores, a través de sus diversos roles, competencias e intereses, interactúen fortaleciendo la gobernanza en la cogestión del Turismo Comunitario.

A continuación, se han determinado algunos ámbitos de acción de acuerdo a las competencias y espacios de trabajo de los gestores. Estos ámbitos permiten guiar, focalizar y alinear el accionar de los actores del Turismo Comunitario:



En ese sentido, el Mincetur promueve el trabajo coordinado con los gobiernos locales y regionales, en el marco de las competencias y la transferencia de funciones. En cuanto a las entidades privadas y organizaciones de la sociedad civil, las acciones se establecen a través de procesos de reconocimiento y de concertación⁵. Además, tener claro que cada actor contribuye al desarrollo del Turismo Comunitario permite alinear, aclarar y organizar las intervenciones de manera coordinada con los otros gestores, logrando complementar las competencias y generar mejores resultados. Es importante mencionar que los ámbitos descritos son generales y que las intervenciones pueden ser más diversas, siempre y cuando estén enmarcadas en los presentes lineamientos y apunten al logro de los objetivos que persigue el Turismo Comunitario.

Asimismo, existen diversos mecanismos de articulación, como es el caso de la firma de Convenios de Colaboración Institucional, acceso a programas de financiamiento, fondos concursables, entre otras estrategias que permitan potenciar las intervenciones en los emprendimientos a través de la complementariedad entre actores clave.

Por otro lado, se han identificado ciertos niveles de articulación para la gestión del Turismo Comunitario basados en la colaboración entre actores territoriales; estos escenarios pueden ser:

- Organización de base comunitaria más una empresa privada
- Organización de base comunitaria más una institución pública
- Organización de base comunitaria más una organización pública y privada

Es importante reconocer que los niveles de relación identificados no son los únicos, y que, de acuerdo a la naturaleza de los emprendimientos, pueden surgir diversos tipos de configuración. Estas experiencias de articulación y gobernanza están generando modelos de gestión de Turismo Comunitario que tienen en cuenta las condiciones territoriales y culturales de las comunidades.

⁵ Las organizaciones sociales de base territorial o temática son aquellas cuyos miembros residen mayoritariamente dentro del ámbito local, como las mesas de concertación y cualquier otra agrupación social representativa en la localidad; y los organismos e instituciones privadas son las demás entidades privadas promotoras del desarrollo, tales como universidades, colegios profesionales, asociaciones civiles, organizaciones no gubernamentales de desarrollo, cámaras de comercio u organismos de cooperación técnica internacional. (adaptado de Ordenanza Municipal N° 308-MDCH, 2017).



Vicos



Lomas de Lúcumo

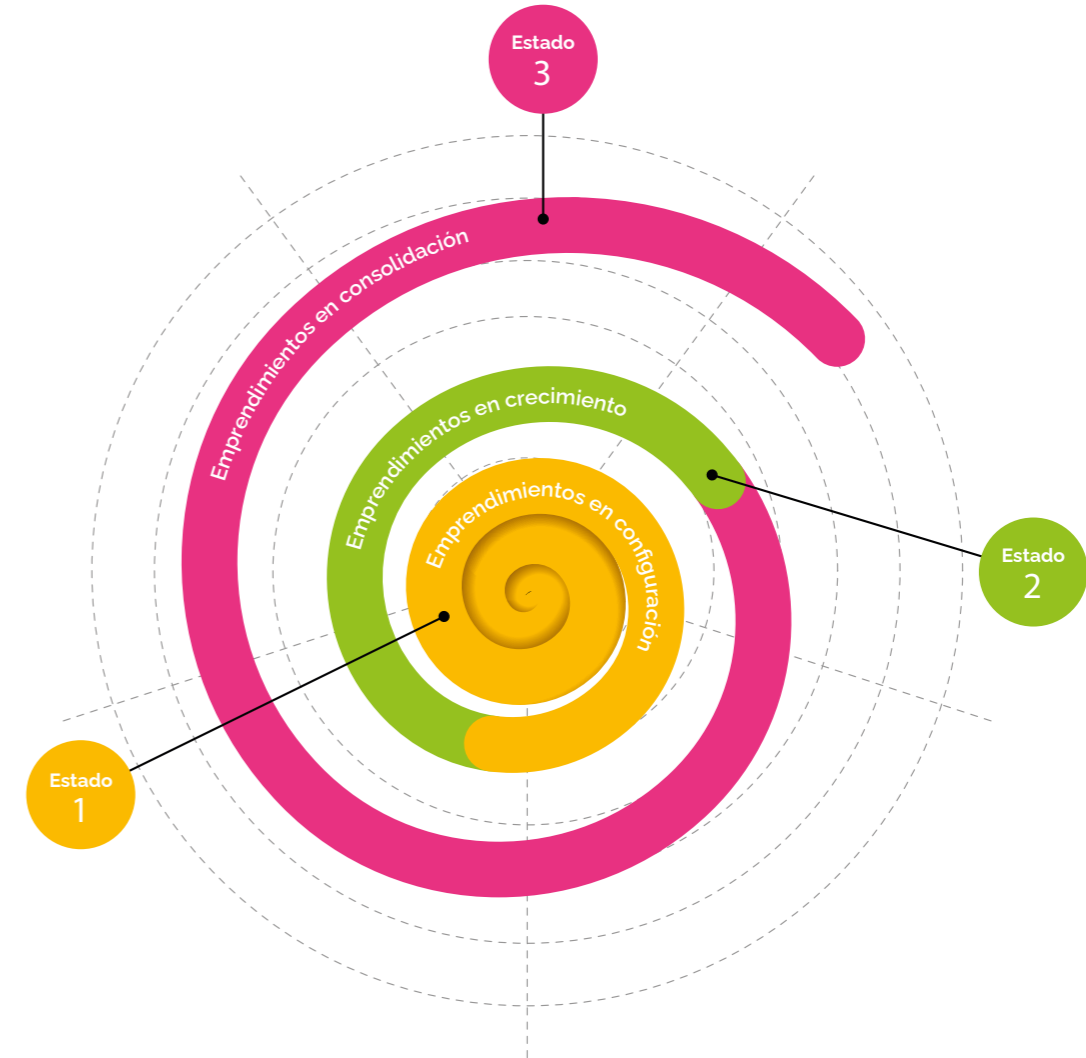
3.6 Sistema de evolución de los emprendimientos

Los emprendimientos de Turismo Comunitario atraviesan procesos de cambio que son encadenados, acumulativos y dinámicos. Esta visión sistémica permite comprender que los estados de evolución son diversos y que dependen de múltiples factores, como las condiciones territoriales y los contextos en los cuales se ubican. Además, reconocer los diferentes estados situacionales y las diversas características de los emprendimientos posibilita plantear estrategias de intervención diferenciadas e innovadoras que atiendan necesidades específicas.

El gráfico 03 muestra el sistema de evolución de los emprendimientos. Cada estado representa un hito concreto, un momento de cambio que materializa una sucesión de procesos acumulativos de conocimientos y capacidades. Es decir, los resultados del trabajo constante de los emprendedores producen efectos tangibles e intangibles que se van visibilizando a través de nuevos modelos de gestión del territorio y de la experiencia turística. En definitiva, el sistema evidencia cómo los emprendimientos maduran e ingresan a nuevos escenarios turísticos, en los cuales se relacionan cada vez más con otros actores del territorio, propiciando espacios de gobernanza e innovación.

Gráfico 03

Sistema de evolución de los emprendimientos



Elaboración: Estrategia Nacional de Turismo Comunitario, Mincetur.



Asimismo, se evidencia que los emprendimientos se originan de diversas maneras y bajo múltiples intereses, pudiendo ser autogestionados o estar acompañados por otros gestores del territorio. Una vez originado el emprendimiento, se inician dinámicas que impulsan su crecimiento y la búsqueda de propósitos alineados a los objetivos del Turismo Comunitario. La Estrategia Nacional de Turismo Comunitario evalúa la posibilidad de acompañar a los emprendimientos que tengan las condiciones mínimas. Es decir, el Mincetur no promueve la generación de emprendimientos, sino el fortalecimiento y acompañamiento de aquellos que tienen el potencial y la vocación turística para desarrollarse.

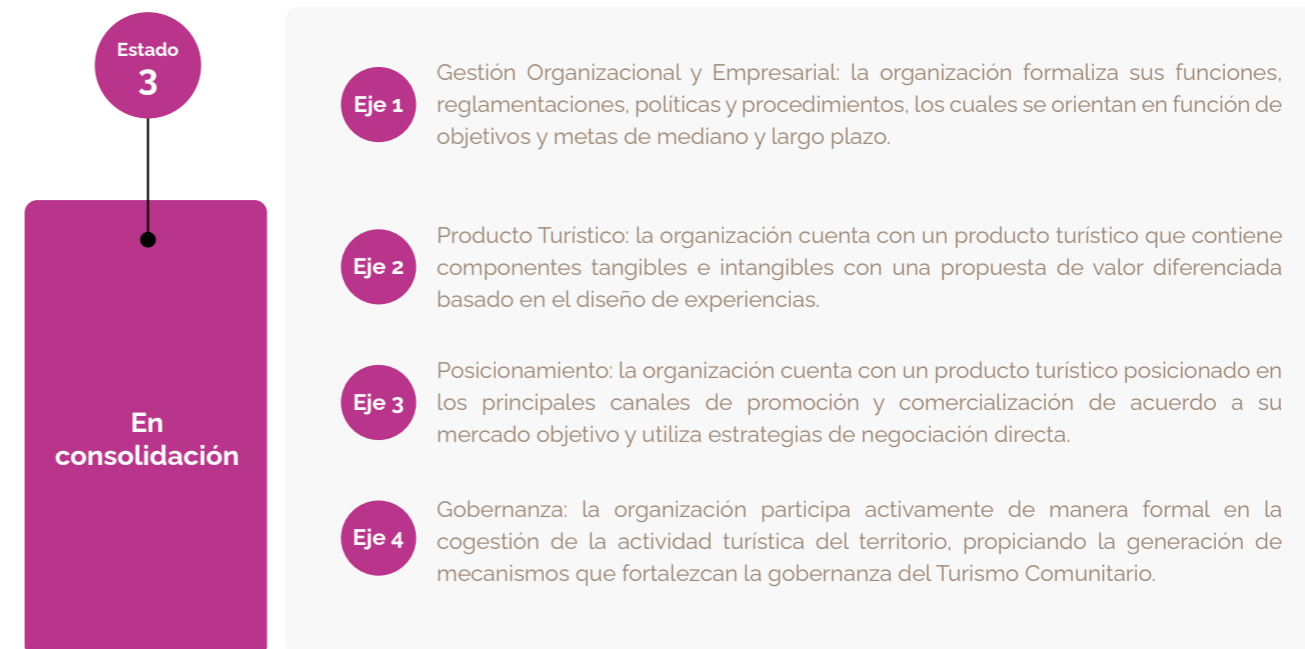
Finalmente, el gráfico representa un sistema de estados porque tiene efectos paralelos a nivel interno (comunidad) y externo (destino turístico). Además, los emprendimientos pueden ascender o descender de estados y en algunos casos pueden llegar a desaparecer; esto muestra lo dinámico de la actividad turística y que se requiere de un cúmulo de éxitos para que los emprendimientos se puedan expandir, consolidar y mantener.

Este posicionamiento permite tomar decisiones más acertadas, ser más eficientes en la inversión de los recursos en cada proceso, posibilitando que los emprendimientos asciendan de un estado a otro con miras a su sostenibilidad. En ese sentido, se han establecido tres estados para la diferenciación de los emprendimientos de Turismo Comunitario:

- Estado 1: Emprendimientos en configuración
- Estado 2: Emprendimientos en crecimiento
- Estado 3: Emprendimientos en consolidación



El siguiente cuadro presenta una descripción por cada estado de evolución de los emprendimientos de acuerdo a los cuatro ejes esenciales del Turismo Comunitario:



Cabe resaltar que las características antes descritas pretenden ser parámetros flexibles que deberán analizarse de acuerdo al contexto y a las dinámicas propias de cada emprendimiento de Turismo Comunitario. Asimismo, la descripción permite orientar las diversas intervenciones, a fin de lograr un proceso evolutivo continuo y de adaptación que permita consolidar los emprendimientos de Turismo Comunitario.



Vilca

3.7 Condiciones mínimas para el desarrollo del Turismo Comunitario

Con el objetivo de asegurar la sostenibilidad de los emprendimientos de Turismo Comunitario, es necesario que las organizaciones de base comunitaria que tengan el interés de emprender negocios turísticos reúnan ciertas condiciones mínimas y apropiadas para garantizar y asegurar la sostenibilidad de las iniciativas. Cabe señalar que estos criterios permitirán evaluar nuevos emprendimientos, pero también guiar el desarrollo de emprendimientos ya constituidos. Estos criterios mínimos son:

Gráfico 04

Condiciones mínimas para el desarrollo del Turismo Comunitario



Elaboración: Estrategia Nacional de Turismo Comunitario, Mincetur.

Condiciones	Descripción de las condiciones
Vocación turística	<ul style="list-style-type: none"> Deberá desarrollarse en un medio rural con vocación turística, vinculado por lo menos a un recurso y/o atractivo turístico ancla que genere motivación y el desplazamiento de visitantes, y que forme parte de un destino, ruta, corredor o circuito turístico priorizado de la región⁶.
Organización de base comunitaria	<ul style="list-style-type: none"> Deberá partir del interés de los pobladores de una determinada comunidad y de su disposición de participar de manera activa y directa en el desarrollo de la actividad turística, siendo liderada por una organización de base comunitaria, reconocida por su población para que la represente y que contribuya en la gestión turística de su territorio, con la apertura al trabajo en equipo, el involucramiento de jóvenes y mujeres que asegure la continuidad y la transición de liderazgos a las nuevas generaciones, para beneficio de la misma comunidad.
Facilitación turística⁷	<ul style="list-style-type: none"> Contempla las instalaciones físicas que se relacionan directamente con el recurso o atractivo turístico, así como la planta turística, equipamiento y recursos humanos necesarios para el desarrollo de los servicios y actividades turísticas. En relación con la infraestructura, comprende el conjunto de elementos básicos necesarios para el funcionamiento de un centro poblado urbano o rural; su existencia es vital para el desarrollo del turismo. Entre ellos se considera el transporte, servicios básicos, comunicaciones, así como los servicios complementarios (bancos, cajeros, comercio, servicios de esparcimiento, entre otros), de acuerdo a la realidad y el contexto de las comunidades que garanticen la accesibilidad, seguridad e integridad del visitante.

⁶ Es aquel atractivo principal que, por sus características y atributos propios, constituye el "eje" que motiva la decisión de viaje. De acuerdo a la Guía para la Elaboración del Plan Estratégico Regional de Turismo - Pertur.

⁷ De acuerdo a la Guía para la Elaboración del Plan Estratégico Regional de Turismo - Pertur, se refiere a las instalaciones turísticas, planta turística, servicios y actividades turísticas, además de la infraestructura, servicios básicos y complementarios.

Condiciones	Descripción de las condiciones
Demanda	<ul style="list-style-type: none"> Deberá contar con flujo de visitantes a la comunidad o evidenciar un flujo de visitantes al recurso/atractivo turístico ancla, o al centro soporte (ciudad principal), a fin de garantizar la sostenibilidad del emprendimiento. En esta condición también se evaluarán las características de la demanda, teniendo en cuenta los criterios de: tipo de oferta turística, segmentos del mercado, temporalidad, capacidad de carga de los atractivos turísticos, entre otros relacionados.
Patrimonio cultural y natural	<ul style="list-style-type: none"> La comunidad con un patrimonio cultural (material e inmaterial) y/o natural que forme la base de su desarrollo sociocultural deberá evidenciar prácticas orientadas al uso responsable y eficiente de los recursos naturales, así como a la conservación de sus tradiciones y costumbres auténticas a través de las prácticas cotidianas y contemporáneas, las cuales contribuirán a que el visitante tenga una experiencia de viaje real.
Propuesta del producto turístico	<ul style="list-style-type: none"> De acuerdo a la vocación turística, deberá identificar una idea o propuesta de valor innovadora que configure su producto turístico. Este deberá contar por lo menos con actividades y/o servicios turísticos adecuados al mercado y al contexto local, basados en los conocimientos, valores y destrezas tradicionales de la comunidad, y deberá estar conectado a un atractivo turístico ancla de la zona.

Asimismo, existen otras condiciones que son importantes para el desarrollo sostenible de los emprendimientos, como las alianzas público-privadas, gobernanza, entre otros. Sin embargo, estos son el resultado de los diversos procesos de evolución y podrán ser alcanzados siempre y cuando se cumpla con las condiciones mínimas. Además, dichas condiciones permitirán elaborar instrumentos de medición con indicadores concretos, dependiendo de los diversos contextos en que se encuentran los emprendimientos.

3.8 Beneficios del Turismo Comunitario

El impacto del turismo en la vida de la población responde a su potencial para dinamizar la economía, crear conciencia, permitir experiencias que mejoren conductas ciudadanas, aportar a la conservación del patrimonio natural y cultural e incluir económica y socialmente a poblaciones que por años han carecido de oportunidades, a través del desarrollo sostenible de emprendimientos de Turismo Comunitario. En 2018, de acuerdo al Mincetur, los emprendimientos de la Estrategia Nacional de Turismo Comunitario recibieron 349 087 visitantes nacionales y extranjeros, los que generaron 4 509 784 soles, lo cual ha impactado directamente en la vida de las comunidades que desarrollan este tipo de actividad.

En este marco, la Organización Mundial del Turismo, promueve desde 1999 el desarrollo del turismo responsable y sostenible a través del Código Ético Mundial para el Turismo, que consta de diez principios que orientan a los principales actores del desarrollo del turismo, con el objetivo de "ayudar a maximizar los

beneficios del sector, minimizando a la vez sus posibles consecuencias negativas para el medio ambiente, el patrimonio cultural y las sociedades de alrededor del mundo".

Asimismo, en setiembre de 2015, en el marco de la Agenda 2030, la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó diecisiete Objetivos de Desarrollo Sostenible, estableciendo así una visión transformadora hacia la sostenibilidad económica, social y ambiental de los 193 estados miembros, constituyéndose como la hoja de ruta de trabajo de las instituciones.

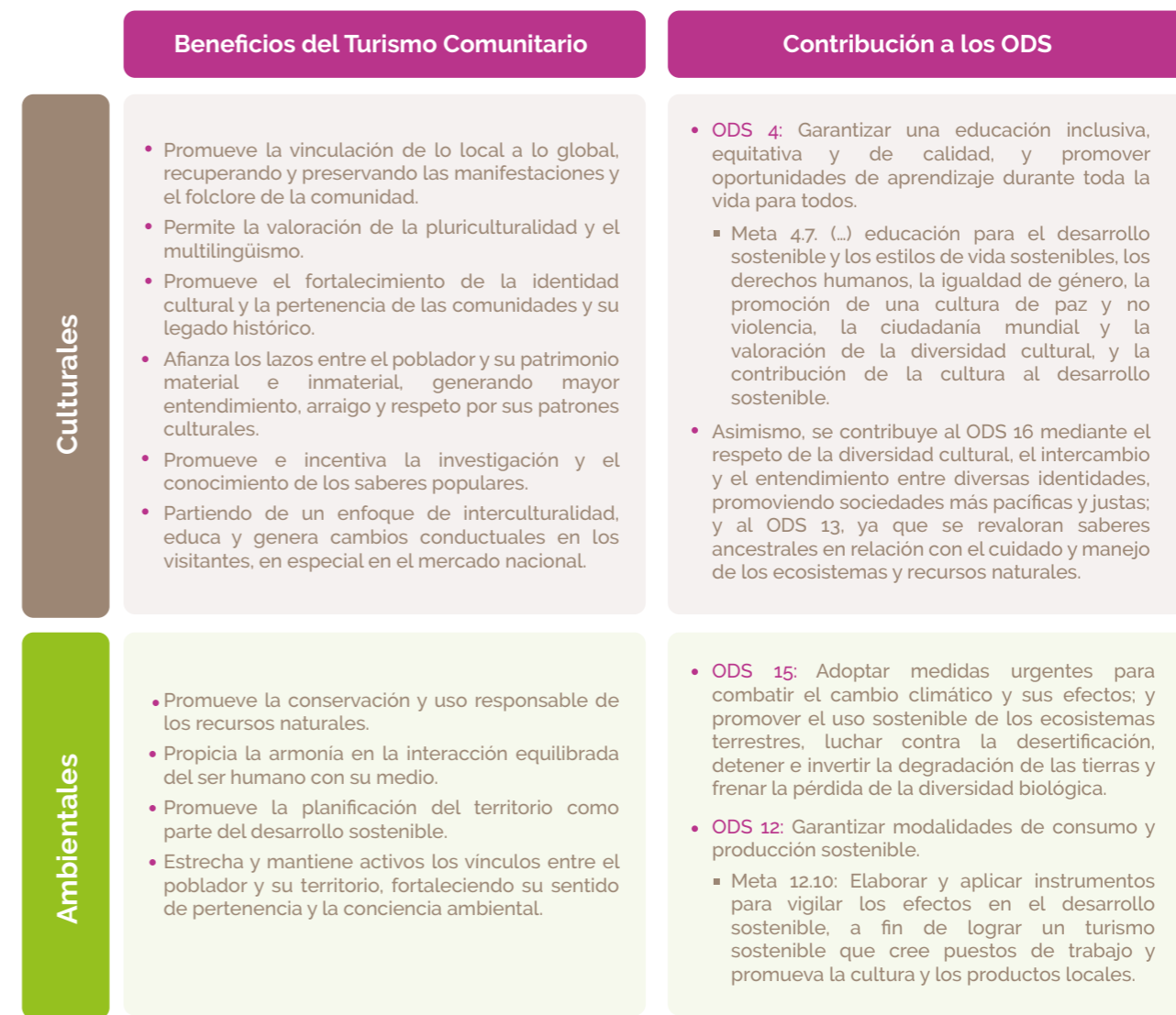
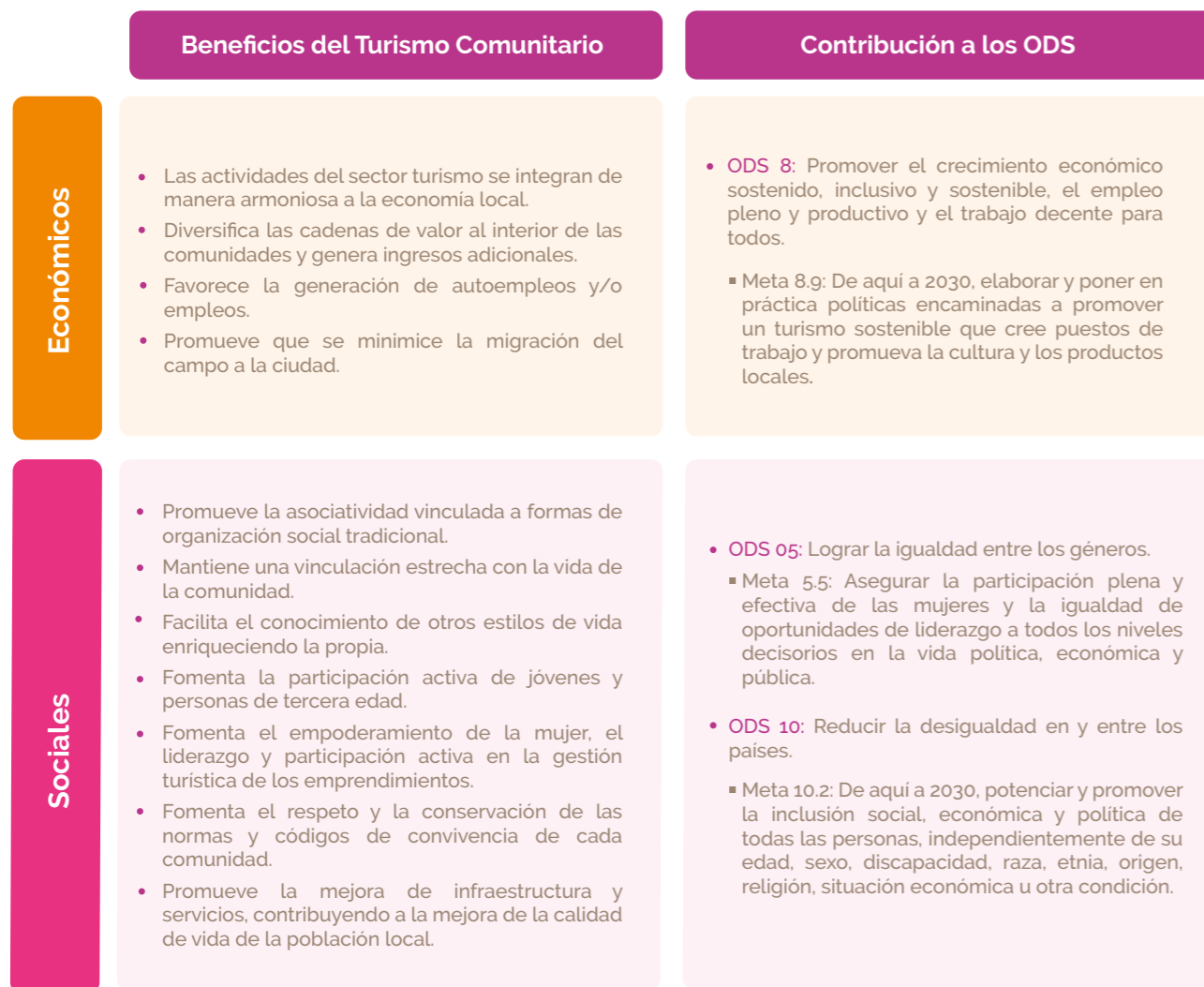
En ese sentido, el desarrollo del Turismo Comunitario contribuye al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de manera integral, ya que los objetivos son codependientes, es decir, están interrelacionados y la contribución a un determinado objetivo puede generar un aporte indirecto en otros.

Gráfico 05

Objetivos de Desarrollo Sostenible



En esa línea, el Turismo Comunitario contribuye principalmente al logro de los siguientes objetivos y metas:



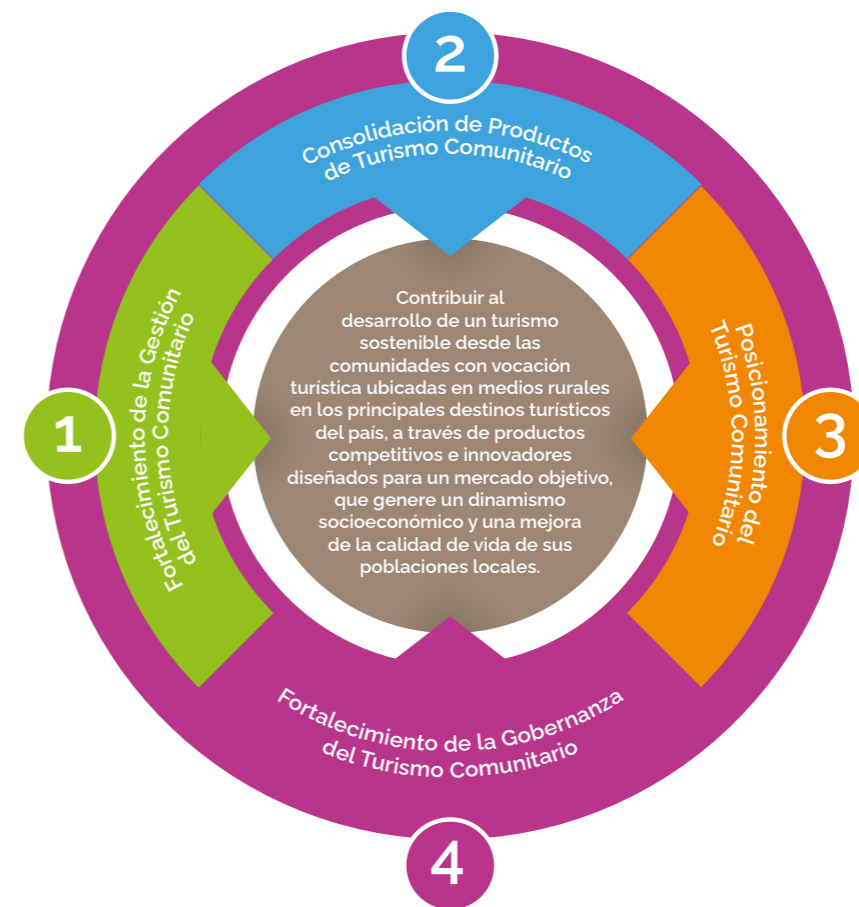


3.9 Ejes para el desarrollo del Turismo Comunitario

Con el objetivo de contribuir al desarrollo del Turismo Comunitario, se proponen cuatro (04) ejes esenciales que establecen orientaciones que contribuirán, bajo un trabajo articulado e integral, con los diversos actores del territorio.

Gráfico 06

Ejes esenciales



Elaboración: Estrategia Nacional de Turismo Comunitario, Mincetur.



Ccoatos

a. Eje 1:

Fortalecimiento de la gestión del Turismo Comunitario

Orientado a promover el desarrollo de emprendimientos comunitarios autónomos, mediante el fortalecimiento de las capacidades y habilidades individuales y colectivas, así como los procesos de planificación y gestión de sus organizaciones de base comunitaria, promoviendo el compromiso y la articulación con los distintos gestores público-privados del territorio.

Acciones a considerar:

- Análisis situacional de las organizaciones de base comunitaria y los actores locales.
- Implementación de planes de gestión organizacional y empresarial.
- Diseño de instrumentos de monitoreo y evaluación de la gestión de la organización de base comunitaria.
- Fortalecimiento de las habilidades de los integrantes que conforman las organizaciones de base comunitaria.
- Fortalecimiento de las capacidades y competencias de los emprendedores en gestión organizacional y empresarial.
- Asesoramiento en los procesos de formalización de la organización de base comunitaria.
- Propiciar alianzas comunitarias con los diferentes gestores del territorio.
- Fomentar y difundir el liderazgo con los valores y principios éticos que constituyan la identidad de la organización de base comunitaria.
- Fomentar la cohesión de la organización de base comunitaria a nivel interno y su entorno comunitario.



San Pablo

b. Eje 2:

Consolidación de productos del Turismo Comunitario

Orientado a desarrollar productos de Turismo Comunitario con valor diferenciado y de calidad, a través del diseño de experiencias que respondan a las necesidades del mercado, aporten valor y significados al viajero, respetando el patrimonio natural y cultural de las comunidades y sus diversos activos territoriales.

Acciones a considerar:

- Procesos de mejora continua que incrementen la calidad de los servicios turísticos.
- Procesos de innovación en los productos de Turismo Comunitario a través del diseño de experiencias memorables.
- Procesos de sensibilización para la implementación de buenas prácticas para el uso de los activos del territorio, promoviendo el respeto al patrimonio natural y cultural de los emprendimientos, a fin de asegurar la sostenibilidad y autenticidad de la oferta turística.



Cocachimba

c. Eje 3:

Posicionamiento del Turismo Comunitario en el mercado

Orientado al posicionamiento del Turismo Comunitario en mercados objetivos, mediante una promoción y comunicación efectiva que resalte los atributos, beneficios y valores de la marca, con contenidos emocionales que conecten con el visitante, promoviendo a su vez la articulación comercial de los productos consolidados en canales estratégicos de comercialización.

Acciones a considerar:

- Inteligencia de mercado que permita el análisis de las tendencias y los cambios en el mercado a fin de direccionar los productos turísticos.
- Posicionar los productos turísticos asociados a la identidad de marca de Turismo Comunitario.
- Comunicar a la audiencia a través de contenidos emocionales en las diferentes plataformas de promoción que resalten las ventajas competitivas y elementos diferenciales de los productos turísticos.
- Impulsar la articulación comercial a través de diferentes alianzas estratégicas con operadores turísticos e intermediarios.
- Promover el desarrollo de nuevos canales de comercialización innovadores, a través de herramientas de comunicación y comercialización acordes con las tendencias tecnológicas de información que privilegia la demanda.



Amaru

d. Eje 4:

Fortalecimiento de la gobernanza del Turismo Comunitario

Orientado a fomentar la articulación entre los diversos actores mediante mecanismos y estrategias que permitan sumar esfuerzos y cerrar brechas, apostando por una gestión del turismo comunitario con un sentido de corresponsabilidad y complementariedad que fortalezca la gobernanza del Turismo Comunitario.

Acciones a considerar:

- Implementar espacios de diálogo, retroalimentación e intercambio de experiencias entre los diferentes actores involucrados en el desarrollo del Turismo Comunitario.
- Promover mecanismos de articulación entre actores públicos y privados, para el fortalecimiento de la gobernanza en Turismo Comunitario.
- Generar un marco normativo y políticas públicas que propicien el adecuado desarrollo del Turismo Comunitario en el Perú.
- Promover, desde la academia, mecanismos que faciliten la participación y aplicación de estudios de investigación y servicios de extensión universitaria, que contribuyan al desarrollo de los emprendimientos de Turismo Comunitario.
- Incidencia intersectorial para alinear las políticas públicas relacionadas con los sectores Ambiente, Cultura y otros que tengan un impacto en el desarrollo de los emprendimientos de Turismo Comunitario.



Isla de los Uros

TURISMO COMUNITARIO

Experiencias que trascienden

IV. Glosario

Término	Definición	Fuente
Actividad turística	La destinada a prestar a los turistas los servicios de alojamiento, intermediación, alimentación, traslado, información, asistencia o cualquier otro servicio relacionado directamente con el turismo.	Ley N° 29408, Ley General de Turismo
Competitividad	Capacidad que tiene una organización pública o privada, con o sin fines de lucro, de lograr y mantener ventajas que le permitan consolidar y mejorar su posición en el entorno socioeconómico en que se desenvuelve.	Mincetur (2016) Plan Estratégico Nacional de Turismo - Pentur 2025
Comunidades nativas	Las comunidades nativas tienen origen en los grupos tribales de la selva y ceja de selva, y están constituidas por conjuntos de familias vinculadas por los siguientes elementos principales: idioma o dialecto; características culturales y sociales; y tenencia y usufructo común y permanente de un mismo territorio con asentamiento nucleado o disperso.	Ley N° 22175, Ley de Comunidades Nativas y de Desarrollo Agrario de la Selva y Ceja de Selva
Comunidades campesinas	Son organizaciones de interés público, con existencia legal y personería jurídica, integradas por familias que habitan y controlan determinados territorios, ligadas por vínculos ancestrales, sociales, económicos y culturales, expresados en la propiedad comunal de la tierra, el trabajo comunal, la ayuda mutua, el gobierno democrático y el desarrollo de actividades multisectoriales, cuyos fines se orientan a la realización plena de sus miembros y del país.	Ley N° 24656, Ley de Comunidades Campesinas
Cultura	Formas aprendidas de pensar, sentir y hacer —así como sus manifestaciones y producciones, resultado de la relación entre los seres humanos y la naturaleza— que comparte un grupo social, basadas en valores, conocimientos, tradiciones, costumbres, símbolos y otros. Una cultura se construye, cambia y/o resignifica en diálogo con otras culturas.	Ministerio de Cultura (2015)

Término	Definición	Fuente
Destino turístico	“Un destino turístico es un espacio físico en el que un visitante puede pernoctar al menos una noche. Este incluye productos turísticos que consideran servicios de soporte, atractivos y recursos turísticos que son accesibles en el lapso de un viaje de ida y vuelta de un día. El destino tiene límites físicos y administrativos que definen su gestión, así como una imagen y percepciones que definen su competitividad en el mercado. Los destinos turísticos involucran a diversos actores, incluyendo generalmente a la comunidad local, y pueden ser la base para formar una red que forme destinos más grandes”.	Mincetur (2016). Plan Estratégico Nacional de Turismo - Pentur 2025 OMT (2007). Guía Práctica sobre Gestión de Destinos Turísticos
Diversidad cultural	La “diversidad cultural” se refiere a la multiplicidad de formas en que se expresan las culturas de los grupos y sociedades. Estas expresiones se transmiten dentro y entre los grupos y las sociedades. La diversidad cultural se manifiesta no solo en las diversas formas en que se expresa, enriquece y transmite el patrimonio cultural de la humanidad mediante la variedad de expresiones culturales, sino también a través de distintos modos de creación artística, producción, difusión, distribución y disfrute de las expresiones culturales, cualesquiera que sean los medios y tecnologías utilizados.	Unesco (consultado en 2018)
Experiencias turísticas	Proceso centrado en vincular emocionalmente al visitante con el entorno y los elementos del viaje mediante el diseño de una vivencia satisfactoria y memorable que aporte valor y significado en la persona e invite a ser compartido. La experiencia turística define y reorienta las estrategias de la organización en el visitante, permitiendo innovar y dando valor agregado a los productos turísticos.	Mincetur (2019) Guía para el Diseño de Experiencias Turísticas
Experiencia de viaje	Es el resultado obtenido luego de vivenciar un producto turístico, mediante el cual interactúan elementos y aspectos objetivos y subjetivos del entorno. El efecto final luego de efectuado el viaje está asociado a los elementos del entorno sumados a las percepciones propias del turista.	Equipo de la Estrategia Nacional de Turismo Comunitario

Término	Definición	Fuente
Innovación turística	Es el proceso mediante el cual un emprendedor, gestor, empresa u operador turístico pone en uso su capacidad (gestión del conocimiento, pensamiento divergente y creatividad), introduciendo elementos diferenciadores y novedosos para desarrollar nuevos productos y/o servicios, o mejorar los ya existentes; a fin de que satisfagan y respondan a las motivaciones de su público objetivo, generando y entregando así propuestas de valor únicas que destaquen por su singularidad, autenticidad y calidad.	Equipo de la Estrategia Nacional de Turismo Comunitario
Identidad cultural	Sentido de pertenencia a una cultura con características propias que la hacen única y diferente con respecto a otras culturas. Expresa la forma de ser y pertenecer a una cultura.	Ministerio de Cultura (2015)
Producto turístico	Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos y/o atractivos turísticos, infraestructura, planta turística y actividades recreativas. El producto turístico busca satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibido como una experiencia de viaje.	Ley N° 29408, Ley General de Turismo
Pueblos indígenas u originarios	Son aquellos pueblos que descienden de poblaciones que habitaban el país antes de la época de la Colonia y que, cualquiera sea su situación jurídica, conserven todas o parte de sus instituciones sociales, económicas y políticas y que, además, se autorreconocen como tales.	Ministerio de Cultura Base de Datos Oficial de Pueblos Indígenas u Originarios (BDPI)
Turismo	Actividad que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio o no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerativa en el lugar visitado.	Ley N° 29408, Ley General de Turismo

Término	Definición	Fuente
Turismo sostenible	El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones económicas, sociales y medioambientales actuales y futuras, para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.	OMT (2006). Por un turismo más sostenible - Guía para responsables políticos
Turista	Cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita, aunque no tenga que pagar por alojamiento, y cuyo principal motivo de viaje es el ocio, u ocupación del tiempo libre, negocios, peregrinaciones, salud u otra diferente a una actividad remunerada en el lugar de destino.	Ley N° 29408, Ley General de Turismo
Visitante	Es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado.	OMT (2010) Recomendaciones Internacionales para Estadística de Turismo 2008
Vocación turística	Son las características y potencialidades económicas, sociales, culturales y ambientales que deben considerarse para el análisis óptimo de un territorio, así como las condiciones del mismo y la predisposición de la población frente al desarrollo de la actividad turística; considerando las características inherentes al territorio, asociadas a los recursos y/o atractivos turísticos materiales e inmateriales que promuevan la motivación y movilización de los visitantes a la región.	Mincetur (2018) Guía para la Elaboración del Plan Estratégico Regional de Turismo - Pertur



TURISMO COMUNITARIO

Experiencias que trascienden

V. Anexos

5.1 Antecedentes

El Perú posee un gran potencial para el desarrollo turístico principalmente por la variedad de paisajes, fauna, cultura e historia, que atraen a miles de visitantes. Por dichos atributos, el sector Turismo es una fuente importante de ingresos económicos, generando puestos de trabajo y oportunidades para las iniciativas de negocio a nivel nacional, contribuyendo a la mejora de la calidad de vida de las comunidades. Desde hace más de treinta años, las experiencias de desarrollo del turismo en las comunidades ubicadas en medios rurales del país surgieron en atención de una demanda incipiente, en su mayoría por iniciativa de emprendedores que identificaron oportunidades de

negocio. Asimismo, muchos emprendimientos fueron impulsados a través de proyectos desarrollados en los últimos años con el apoyo de organizaciones de cooperación y/o empresas privadas.

En ese contexto, a partir de 2005, el Mincetur desarrolló un análisis situacional de la actividad turística en los medios rurales del Perú. En 2006 se dio inicio a la elaboración de los lineamientos para delimitar un camino de desarrollo sostenible del turismo. El escenario encontrado denotaba una desarticulación de actores territoriales e institucionales, además de problemas propios de la actividad turística y el sector privado; esto significó una serie de dificultades y problemas desde la gestión pública precisamente por desarrollarse sin una pauta metodológica y por responder espontáneamente al mercado. Sin embargo, esta situación adversa indicaba también una oportunidad de acción urgente por parte del

Mincetur, como ente rector del turismo en el Perú, para que, a través de su liderazgo, revierta esta situación y estructure una visión compartida, construida en coautoría, con contenido técnico y donde la asunción de los roles y funciones de los actores debía cumplirse y complementarse.

Por ello, en 2007, el Mincetur aprobó los "Lineamientos para el Desarrollo de Turismo Rural Comunitario en el Perú", mediante Resolución Ministerial N° 054 - 2007 - MINCETUR/DM, con el objetivo de diversificar la oferta turística nacional, a través del desarrollo de productos turísticos competitivos en el ámbito rural, así como garantizar la participación, generar empleo, mejorar los ingresos en las poblaciones involucradas y promover la conservación de los recursos existentes. Ese mismo año se inició el Proyecto TURURAL 2007 - 2011, "Programa para el Desarrollo y Fortalecimiento Integral del Turismo Turismo Rural en el Perú", un proyecto que se desarrolló con la suscripción del Convenio entre el Mincetur y la

Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo - AECID; esto permitió sentar las bases institucionales del Turismo Comunitario en el Perú.

Con el liderazgo del Mincetur y su intervención sostenida en las iniciativas de Turismo Comunitario, se desarrollaron diversas acciones enfocadas principalmente en el fortalecimiento de las capacidades de los emprendedores y en la mejora de la calidad de los servicios turísticos que ofertaban. Durante los años 2010 y 2011, se dio inicio al proceso de transferencia del concepto, enfoque y metodología de trabajo a los gestores del desarrollo turístico local. Dichas acciones incluyeron a 42 emprendimientos desarrollados en 11 regiones del país.



A partir de 2012, y luego de concluir el Proyecto Turural, el Mincetur enfatiza su accionar estableciendo metodologías para continuar con el fortalecimiento de las capacidades de los emprendedores de Turismo Comunitario, y generando espacios e instrumentos para la articulación de productos turísticos promovidos por las organizaciones de base comunitarias; así como el fortalecimiento de una política de inclusión del sector Turismo a través de la generación de capacidades en los gestores, buscando que ellos, tanto a nivel local como de destino, conduzcan el proceso de desarrollo turístico, a fin de vincular los productos de Turismo Comunitario a los destinos turísticos. Desde entonces, el Mincetur ha venido trabajando progresivamente en los principales destinos turísticos del país (habiendo incorporado al 2018 a 66 emprendimientos de 72 comunidades ubicadas en 11 regiones del país), a través de tres líneas de acción: fortalecimiento de competencias, articulación comercial de los productos y fortalecimiento de la Política Institucional.

Con la finalidad de continuar con el fortalecimiento del Turismo Comunitario en el Perú, el Mincetur

promueve y organiza los Encuentros Nacionales de Turismo Comunitario, siendo estos espacios de coordinación y acercamiento con los líderes comunitarios, instituciones públicas, representantes de los distintos niveles del Estado, las organizaciones no gubernamentales, sector privado, entre otros. A la fecha, se han desarrollado doce Encuentros Nacionales sobre ejes temáticos que evidenciaron los progresos del Turismo Comunitario en cada año.

Por lo antes descrito, el Turismo Comunitario en el Perú es un referente en las Américas, porque brinda un permanente apoyo directo a los emprendimientos del país y se encuentra en constante búsqueda de oportunidades para generar alianzas estratégicas que aporten al desarrollo de los emprendimientos de Turismo Comunitario; por ello, en setiembre de 2015, durante el XXIII Congreso Interamericano de Ministros y Altas Autoridades de Turismo, se aprobó la Declaración de Lima sobre Turismo Rural Comunitario, representando un reconocimiento indirecto a los avances y liderazgo del Perú en apoyo al Turismo Comunitario.



Huchuy Qosqo

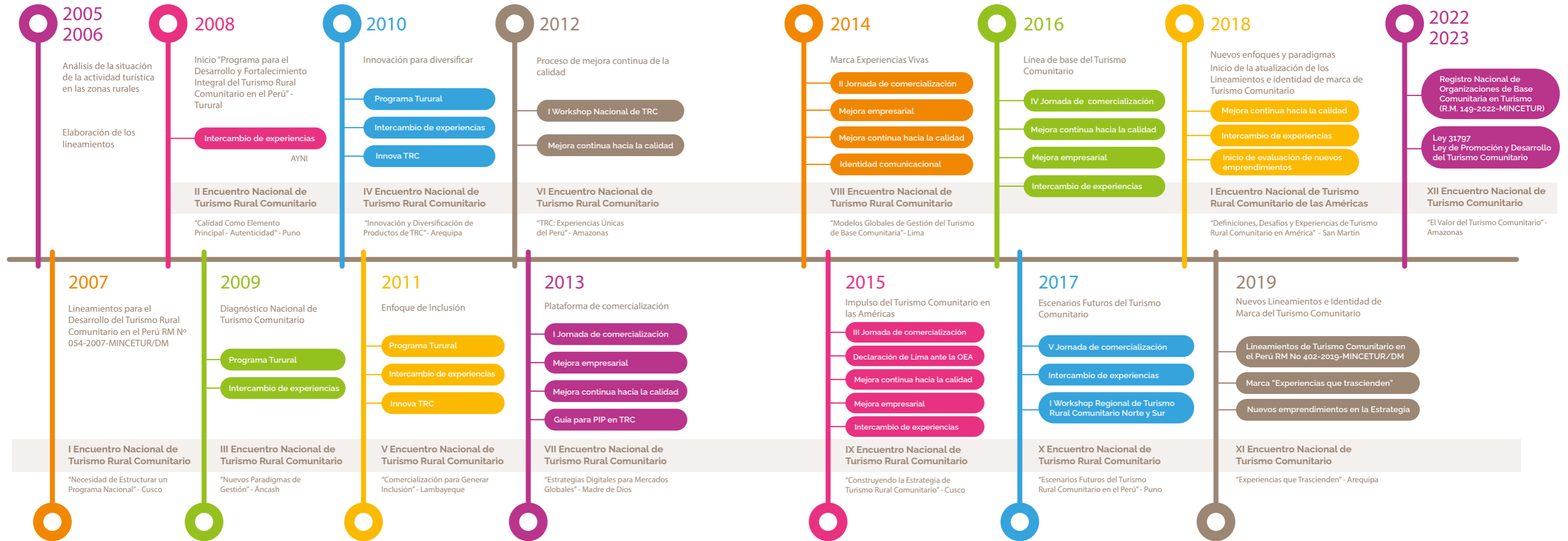
Asimismo, en el año 2022 se crea el "Registro Nacional de Organizaciones de Base Comunitaria en Turismo" (Resolución Ministerial N°149-2022-MINCETUR), un sistema que permite identificar y reconocer el desempeño que desarrollan las diferentes organizaciones de base comunitaria que; constituidas, reconocidas y promovidas por sus comunidades, participan en la gestión turística en cada uno de sus territorios, permitiendo al Estado contar con un instrumento que facilite el cumplimiento de los fines y objetivos que persigue, contribuyendo al fortalecimiento de la gestión de base comunitaria, a la consolidación y posicionamiento de sus productos turísticos y al fortalecimiento de la gobernanza turística en las comunidades, en el marco de los Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Comunitario en el Perú.

Del mismo modo, en el año 2023 se promulgo la Ley No 31797 "Ley de Promoción y Desarrollo del Turismo Comunitario en el Perú", que representa un hito importante en la historia del turismo en el Perú, toda vez que este marco legal establece una serie de disposiciones para regular el desarrollo sostenible del turismo desde las comunidades, permitiendo su óptimo desempeño dentro de la actividad turística, y contribuirá a mejorar la calidad de vida de su población, bajo el liderazgo del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, en coordinación con los gobiernos regionales, locales y demás sectores vinculados en el desarrollo del Turismo Comunitario en el Perú.

Línea de tiempo de la Estrategia de Turismo Comunitario

El siguiente gráfico muestra la línea de tiempo de la Estrategia Nacional de Turismo Comunitario con los hitos más resaltantes:

Elaboración: Estrategia Nacional de Turismo Comunitario, Mincetur.



5.2 Análisis situacional

a. Análisis de las tendencias del mercado turístico

La Organización de las Naciones Unidas reconoce la capacidad del sector turístico para generar cambios hacia un desarrollo sostenible económico, social y ambiental, por ello, se declaró a 2017 como el "Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo". Además, la Organización Mundial del Turismo - OMT sostiene que los arribos de visitantes e ingresos económicos del sector Turismo han estado en constante crecimiento, y las estadísticas indican que continuará el incremento al 2030; asimismo, estima que la llegada de turistas a países de economías emergentes crecerá a un ritmo de 4.4% al año, entre 2010 y 2030⁸.

En cuanto al número de arribos de visitantes en 2017, los destinos a nivel mundial acogieron a 1322 millones de turistas internacionales, casi 83 millones más que en 2016⁹. En América, llegaron 211 millones de turistas internacionales, y en Sudamérica, el arribo de turistas internacionales se incrementó en 10% (36.2 millones) en relación con el año anterior¹⁰. En el Perú, los arribos de turistas internacionales mostraron un crecimiento sostenido, alcanzando los 4 millones, lo cual representó un incremento de 8% en relación con 2016. Del total de

arribos, los turistas extranjeros vacacionistas fueron 2.64 millones, de los cuales el 48% visitó comunidades campesinas⁹. Este porcentaje se incrementó considerablemente respecto al año anterior, cuando, de 2.30 millones de turistas vacacionistas, el 21% visitó comunidades¹¹.

En relación con el mercado emisor, las regiones de donde proviene la mayoría de turistas son: Latinoamérica (2508 mil), países anglosajones (746 mil) y Europa (559 mil)⁹. Con respecto al Turismo Comunitario, los mercados con mayor demanda son Estados Unidos y los países europeos. En un estudio de la comercialización del Turismo Comunitario en Perú, el 44% de los operadores encuestados mencionó a Estados Unidos como su principal mercado en importancia, seguido por Francia (15%) y Alemania (10%)¹².

En cuanto al comportamiento del visitante al momento de elegir canales de búsqueda de viaje, se evidencia que del total de turistas que compran paquetes turísticos, el 24% los adquiere por internet; de los turistas que viajan por cuenta propia, el 40% usa internet para comprar el transporte aéreo internacional; el 26%, para reservar alojamiento, y solo un 13%, para comprar transporte aéreo entre ciudades del Perú. Sin embargo, estos

⁸ Panorama del Turismo Internacional, OMT, Edición 2017.

⁹ Perfil del Turista Extranjero 2017 - PromPerú.

¹⁰ Organización Mundial del Turismo, 2018.

¹¹ Perfil del Turista Extranjero 2016 - PromPerú.

¹² Evaluación sobre el Turismo Rural Comunitario en el Perú - PromPerú 2016.



Patatabamba

porcentajes varían según las regiones de residencia. Así, los anglosajones son los que más emplean canales digitales para adquirir servicios turísticos: del total que viaja con paquetes turísticos, el 42% los compra por internet; de los que viajan por cuenta propia, el 77% usa internet para comprar transporte aéreo internacional; el 46%, para reservar alojamiento, y el 43%, para transporte aéreo dentro del Perú, siendo este uno de los principales segmentos que visita los emprendimientos de Turismo Comunitario¹³.

Asimismo, las tendencias indican que el uso de medios digitales para adquirir servicios turísticos se incrementará, cobrando mayor importancia al momento del viaje. Ello genera un reto para los emprendimientos de Turismo Comunitario, que deberán estar preparados para atender estas necesidades y, además contar con estrategias de comunicación innovadoras que permitan, a través de contenidos y una marca potente, generar un interés de viaje en los diversos canales de comercialización.

Por otro lado, el 50% de los turistas extranjeros que visitaron el Perú en 2017 pertenecen al segmento millennials (22 a 37 años)¹⁴. Este segmento tiene una influencia significativa en el mercado de viajes internacionales, y se espera un incremento en 50% de los viajes de 2015 a 2020. De acuerdo a las tendencias¹⁵, los millennials hacen hincapié en la experiencia, la autenticidad por encima del lujo, la personalización, las reservas de último minuto, los precios accesibles, el autoservicio y los valores de alta tecnología, aprecian la

cultura y además encuentran un interés en vivir como un local¹⁶. Asimismo, un estudio sobre las tendencias de los viajes muestra que el 74% de los turistas de Latinoamérica son vacacionistas y sus principales intereses son actividades de naturaleza (25%) y de aventura (25%)¹⁶. Estos viajeros valoran acercarse a la realidad de los lugares que visitan. Además, los turistas que llegan al Perú y consumen productos de Turismo Comunitario son principalmente de los segmentos cultural (58%), aventura (56%), tradicional (46%) y ecoturismo (38%)¹⁷.

En este contexto, el Perú presenta elementos que satisfacen la necesidad del mercado: inmersión, autenticidad y conexión local. Así, los aspectos más valorados en la cadena comercial peruana son: cultura viva (73%), contacto con la población local (72%), experiencia única (39%) y la autenticidad (38%)¹⁷. El Turismo Comunitario satisface una demanda que busca: un intercambio y aprendizaje cultural, contacto profundo con las poblaciones locales, conocer y entender la cultura local, ser actores proactivos y no pasivos de su viaje, ser parte de un estilo de vida que desconocen. Además, representa una experiencia de abstracción: alejarse del ajetreo de la vida moderna, experimentar el regreso a las raíces y un contacto con la naturaleza¹⁸.

Al respecto, TripAdvisor determinó que el 89% de los usuarios encuestados desea conocer lugares y culturas nunca antes experimentadas y el 57% afirmó que importa más la historia y la cultura local antes que

el clima¹⁸. De acuerdo a las tendencias de Airbnb para 2019, las experiencias más solicitadas son: experiencias únicas, tours ecológicos y las experiencias locales, los turistas buscan sumergirse en la cultura local. Asimismo, en relación con el estudio de las seis tribus viajeras al 2030, los grupos cuyas características encajan con las experiencias de Turismo Comunitario son: el "purista cultural", que busca experimentar formas de vida diferentes, lugares prístinos o poco tradicionales donde vive la cultura local, ser reconocidos como una minoría, por lo que les atraen los viajes dirigidos a nichos, entre otros; y el "viajero comprometido", cuyas decisiones de viajes están basadas en su código moral y ético, y en el impacto que el viaje puede ocasionar¹⁹. Además, basado en este estudio, PromPerú concluye que el turista de 2030 estará influenciado por las mejoras tecnológicas, se adaptará por completo al estilo de vida de la comunidad que visite y, debido a la presión diaria de la vida moderna, buscará más experiencias únicas que le ofrezcan un mayor equilibrio físico y mental durante su viaje²⁰.

Por otro lado, en relación con el vacacionista nacional, en 2017 se realizaron alrededor de 4,36 millones de viajes por vacaciones dentro del Perú, lo cual generó un movimiento económico de S/ 2049 millones. Los principales motivos del viaje fueron: descansar y relajarse (32%), conocer nuevos lugares (21%), y salir con la familia (21%), y solo un 2% manifestó que la motivación fue conocer otras costumbres. El 79% realizó turismo urbano; el 50%, turismo de naturaleza;

el 36%, turismo cultural; y el 6%, turismo de aventura²¹. Así, las estadísticas confirman que los vacacionistas nacionales viajan cada vez más; sin embargo, se observa que aún no se han desarrollado estudios que analicen este segmento en relación con la oferta de Turismo Comunitario. Asimismo, los operadores que venden experiencias de Turismo Comunitario dedican casi todos sus esfuerzos al turismo receptivo (92%), y solo un reducido número se orienta exclusivamente a captar turistas nacionales (8%)²².

A pesar de ello, existen emprendimientos de Turismo Comunitario cuyo segmento principal son los visitantes locales y nacionales, como: Lomas de Lúcumo, Santa Elena, Chaparrí, Cocachimba y San Pablo (Gocta), Cueva de Palestina, entre otros. Es así que resulta necesario identificar los intereses y motivaciones del vacacionista nacional en relación con la oferta de Turismo Comunitario en el Perú.



¹³ Perfil del Turista Extranjero 2017- PromPerú.

¹⁴ Hábitos y Tendencias del Mercado Turístico de América Latina, PromPerú.

¹⁵ Millennial Traveller Report 2016, Why Millennials Will Shape the Next 20 Years of Travel.

¹⁶ Tendencias del Turismo en América Latina para 2019, Axon Marketing & Communications.

¹⁷ Diagnóstico de la Promoción y Comercialización de los Productos de Turismo Comunitario 2018.

¹⁸ Informe Global Barómetro de Viaje de TripAdvisor 2017-2018.

¹⁹ Future Traveller Tribes 2030. Understanding Tomorrow's Traveller. Amadeus y Future Foundation.

²⁰ Boletín N° 42, febrero 2018, Información especializada sobre turismo en el Perú y el mundo.

²¹ Perfil del Vacacionista Nacional 2017.

²² Diagnóstico de la Promoción y Comercialización de los Productos de Turismo Comunitario 2018.



Las actuales tendencias del turismo están cambiando y generando nuevos segmentos o tipos de visitante con preferencias y gustos diferenciados. En este contexto, las experiencias de Turismo Comunitario del Perú cuentan con valores únicos que pueden satisfacer la necesidad de autenticidad e inmersión que tanto aprecian los viajeros.

b. Análisis de la oferta de los emprendimientos de Turismo Comunitario

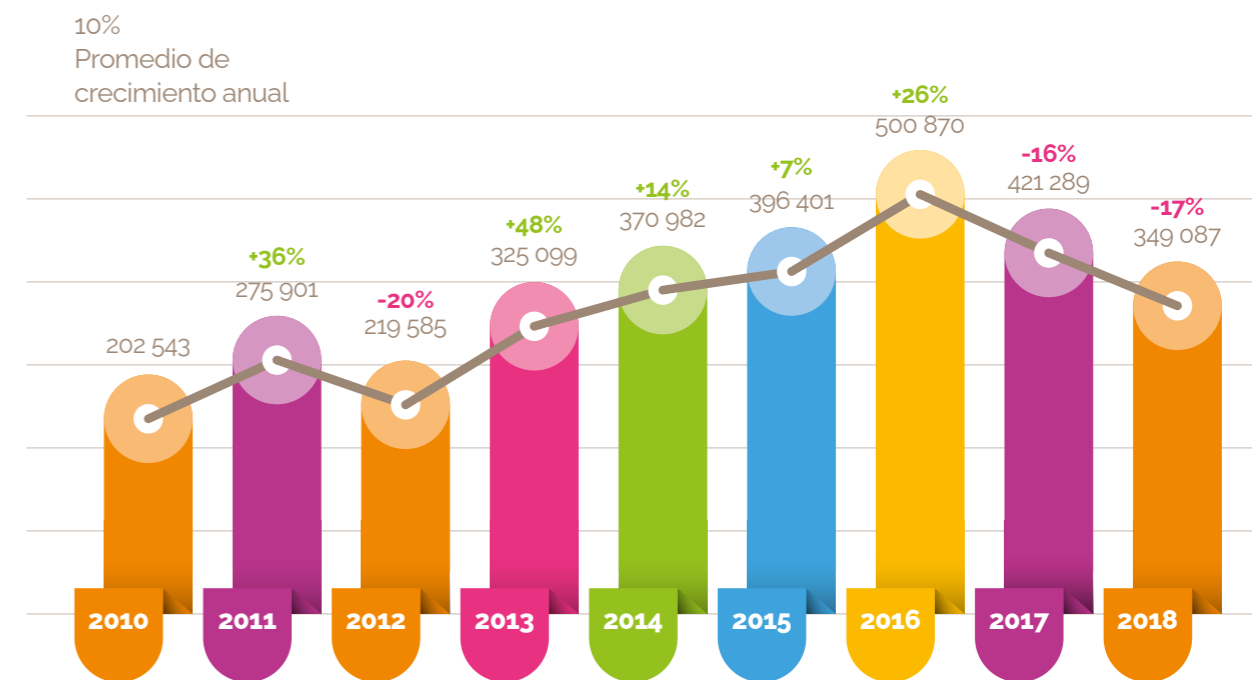
Actualmente, la Estrategia Nacional de Turismo Comunitario cuenta con 47 organizaciones ubicadas en los principales destinos turísticos del Perú, en 13 regiones: Amazonas, Áncash, Arequipa, Cajamarca, Cusco, Lambayeque, Lima, Loreto, Madre de Dios, Puno, San Martín, Ucayali y Piura. Estos emprendimientos integran a 50 comunidades. El 53% de ellas se encuentra en la zona sur; el 6%, en la zona centro; y el 40%, en la zona norte del país.

La oferta de los productos turísticos de estos emprendimientos presenta atributos únicos que responden a las necesidades y tendencias del mercado. Además, las competencias de los emprendedores se han incrementado, paulatinamente, gracias a los procesos de capacitación y asistencia técnica brindada por la Estrategia Nacional de Turismo Comunitario. Ello ha influido en la mejora continua de la calidad de los servicios turísticos. Asimismo, las organizaciones de base comunitaria se han fortalecido mejorando la gestión organizacional y empresarial y adquiriendo capacidades para generar alianzas estratégicas e iniciar procesos de gobernanza en sus territorios, logrando acceder a diversos fondos concursales, ejecutar proyectos tanto públicos como privados y entablar acuerdos o alianzas con empresas turísticas que aseguren un flujo constante de visitantes.

En ese sentido, los siguientes datos muestran el flujo de visitantes que llegan a los emprendimientos de Turismo Comunitario, su procedencia y los ingresos económicos generados en los últimos años²³.

Gráfico 08

Flujo de visitantes (2010-2018)



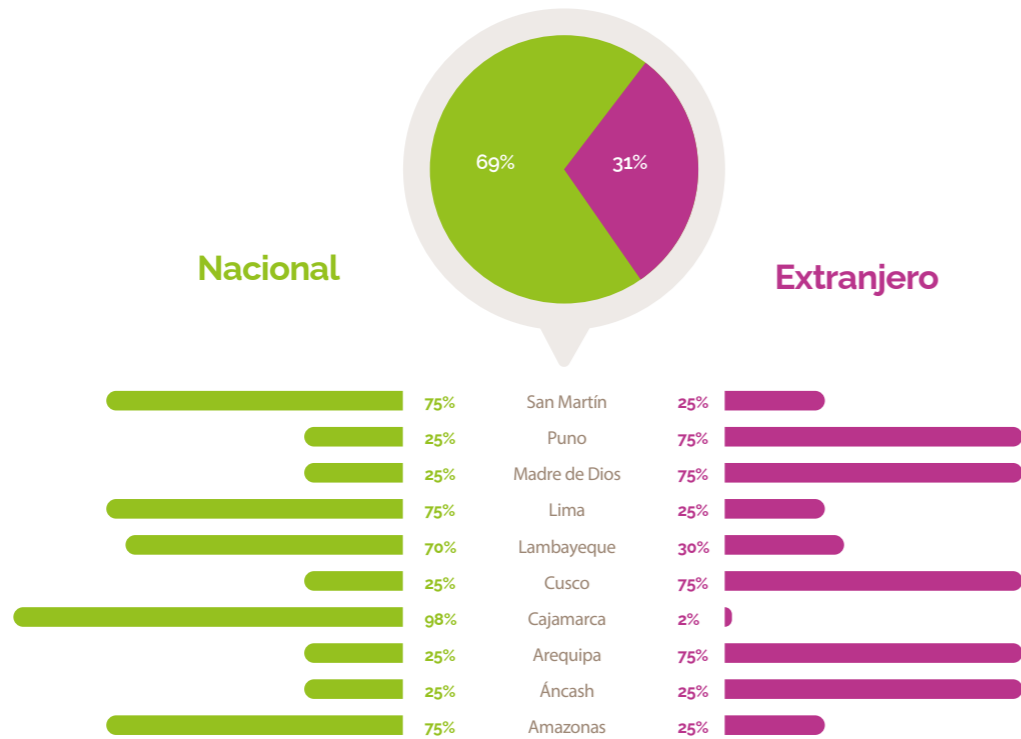
Elaboración: Estrategia Nacional de Turismo Comunitario, Mincetur.

²³ La información se ha obtenido de los registros de la Estrategia Nacional de Turismo Comunitario, los cuales son datos aproximados.

Gráfico 09

Procedencia de los visitantes que llegan a los emprendimientos

En relación con la procedencia de los visitantes, el gráfico 09 muestra que los turistas extranjeros visitan en mayor cantidad los emprendimientos de la zona sur: Puno, Cusco, Arequipa, Madre de Dios; y en la zona centro, la región de Áncash. Mientras que en los emprendimientos ubicados en las demás regiones llegan más turistas nacionales que extranjeros, como se muestra a continuación.



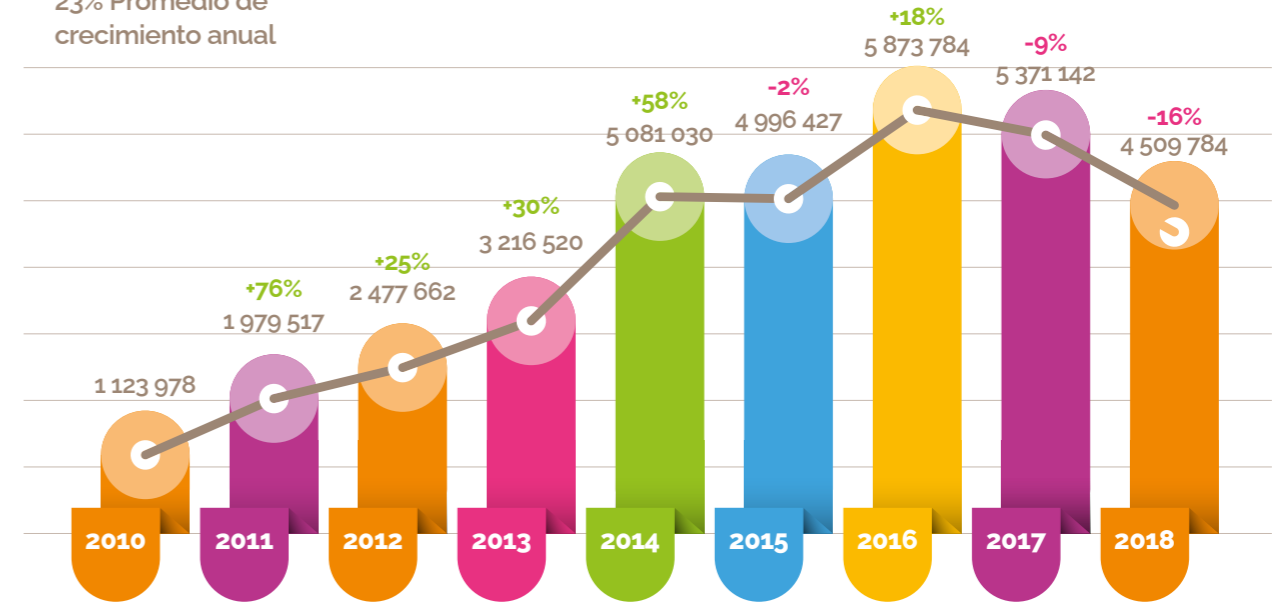
Elaboración: Estrategia Nacional de Turismo Comunitario, Mincetur.

Gráfico 10

Ingresos económicos (2010-2018)

El Turismo Comunitario también ha permitido mejorar los ingresos económicos familiares. Así, en los últimos años, los emprendimientos que pertenecen a la Estrategia Nacional de Turismo Comunitario, Mincetur, han generado los siguientes ingresos a nivel global.

23% Promedio de crecimiento anual



Elaboración: Estrategia Nacional de Turismo Comunitario, Mincetur.



A pesar del gran potencial de crecimiento de la oferta de Turismo Comunitario, aún existen brechas en temas de calidad, comercialización y en el desarrollo de propuestas innovadoras y diferenciadas. Esta situación representa un gran reto que los emprendimientos deberán afrontar en busca de su sostenibilidad. Las principales limitaciones identificadas en un estudio de la comercialización de Turismo Comunitario fueron²⁴:

- La incorporación al mercado a través de la cadena comercial es limitada. Solo un porcentaje de los emprendimientos es parte de la oferta dirigida al mercado doméstico y receptivo. Los productos más vendidos están en Puno y Cusco.
- La informalidad constituye una barrera para la comercialización de los productos del Turismo Comunitario por parte de la cadena comercial nacional e internacional.
- Si bien en los últimos años han surgido productos con una alta diferenciación y valor agregado, en la mayoría de los casos, los emprendimientos presentan una oferta con poca diferenciación.
- Existe una baja articulación entre la cadena comercial y el sector público respecto a la promoción y comercialización de los productos del Turismo Comunitario.
- Existe poco conocimiento de los emprendimientos que se encuentran en otras regiones fuera de Puno y Cusco, tanto a nivel de cadena comercial como de consumidor final.
- El bajo nivel de penetración de internet, accesibilidad digital y de las TIC en las comunidades, y la escasa formación en relación con la tecnología, generan un limitado aprovechamiento para la comercialización.

²⁴ Diagnóstico de la Promoción y Comercialización de los Productos de Turismo Comunitario 2018.

5.3. Justificación

El análisis del mercado muestra cómo las tendencias del nuevo viajero se alinean con la oferta de Turismo Comunitario del país, evidenciando el gran potencial del Perú como destino de experiencias auténticas. Así, los cambios en los estilos de vida y en las preferencias de los viajeros visibilizan grandes retos para los emprendimientos, ya que para aprovechar el potencial también deberán adaptar y estructurar la oferta bajo una mirada constante en la demanda. Es por ello que los presentes lineamientos están centrados en el mercado, con el objetivo de garantizar la sostenibilidad de los emprendimientos de Turismo Comunitario y posicionarlos de manera competitiva.

Además, Los Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Comunitario en el Perú, elaborados hace más de una década, no contienen los enfoques que actualmente se necesitan para responder al contexto de las comunidades y del mercado turístico. Asimismo, se ha identificado la necesidad de una mayor fundamentación a nivel conceptual, que permita clarificar las intervenciones en turismo en las comunidades.

Por otro lado, se reconoce que sin una gobernanza territorial no será posible superar las brechas de la oferta y consolidar los emprendimientos de Turismo Comunitario, ya que la articulación interinstitucional e intersectorial posibilita sumar esfuerzos y recursos, generando un mayor capital social en los emprendimientos. Es así que las políticas públicas y las intervenciones privadas deben seguir ciertos lineamientos que garanticen una mayor gobernanza en los destinos turísticos.

Estos vacíos generan una barrera en el desarrollo del Turismo Comunitario. Por ello, se requiere contar con un instrumento normativo actualizado, a fin de desarrollar los emprendimientos de Turismo Comunitario. Cabe señalar que los lineamientos publicados en 2007 son de gran importancia y sustentan las bases sobre las cuales se ha incluido una nueva mirada a partir de la experiencia en el desarrollo del Turismo Comunitario en el Perú.

Cambio de denominación de Turismo Rural Comunitario a Turismo Comunitario

El cambio de denominación de "Turismo Rural Comunitario" a "Turismo Comunitario" responde principalmente a las siguientes razones:

- I. La estrategia centrada en el visitante requiere comprender la motivación y las necesidades del visitante actual, a fin de comunicar de forma clara y efectiva las experiencias de viaje que brinda el Turismo Comunitario, por lo que es importante contar con una identidad de marca que conecte con el viajero y transmita emotivamente los atributos, valores y la promesa de las experiencias, posibilitando su posicionamiento.
- II. Evitar la confusión con otros productos turísticos que se ofrecen en el mercado internacional, como el turismo rural, en el cual el producto principal de venta no contempla el sentido comunitario.
- III. "Turismo Comunitario" es el término común más empleado por los turistas y operadores de viaje en Francia y Alemania, evidenciando un mayor posicionamiento en el mercado. Asimismo, con base en un análisis sobre el posicionamiento web de la marca "Turismo Rural Comunitario", se evidenció que "Turismo Sostenible" y "Turismo Comunitario" eran las palabras clave más buscadas en internet en castellano en 2014. En relación con las búsquedas en el idioma inglés, resaltó el término "Turismo Sostenible", y dentro de las cinco palabras clave no se evidenció el uso del término "rural", factor a considerar, ya que uno de los principales mercados de Turismo Comunitario es el anglosajón. Además, a nivel internacional, la

TURISMO COMUNITARIO

Experiencias que trascienden

mayoría de países vecinos (Colombia, Ecuador y Bolivia) emplea la denominación "Turismo Comunitario" como estrategia de mercado.

- IV. El Turismo Comunitario pretende enfatizar la palabra "comunitario", porque permite abordar colectivamente acciones transformadoras en la búsqueda de un bien común a través de la revaloración de conocimientos basados en la sabiduría ancestral. A su vez, esta palabra se articula con el enfoque participativo, que busca promover la sinergia entre los actores involucrados e impulsar de manera conjunta el desarrollo del Turismo Comunitario.

Por estas razones, se plantea el uso de la denominación "Turismo Comunitario", significando esto que se continuará interviniendo en zonas rurales con vocación turística en donde se ubiquen comunidades que voluntariamente quieran desarrollar actividades turísticas bajo los propósitos del Turismo Comunitario. En ese sentido, lo rural permanece como un concepto intrínseco del Turismo Comunitario.

Agradecimientos

El presente documento es el reflejo del trabajo participativo entre los diferentes Emprendedores y Gestores de Turismo Comunitario de las regiones de Amazonas, Arequipa, Áncash, Cusco, Cajamarca, Lima, Lambayeque, Loreto, Madre de Dios, Puno y San Martín, sin cuyo valioso aporte no hubiese sido posible sentar las bases para el desarrollo del Turismo Comunitario.



TURISMO COMUNITARIO

Experiencias que trascienden

www.turismocomunitario.com.pe



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



BICENTENARIO
PERÚ
2024