Observatorio turístico del Perú: aproximación a la realidad del turismo rural comunitario

Ignacio Sariego López

▶ **To cite this version:**

Ignacio Sariego López. Observatorio turístico del Perú: aproximación a la realidad del turismo rural comunitario. XV Encuentro de Latinoamericanistas Españoles, Nov 2012, Madrid, España. pp.851-869. halshs-00875584

HAL Id: halshs-00875584
https://shs.hal.science/halshs-00875584

Submitted on 22 Oct 2013

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Actas Congreso Internacional América Latina: La autonomía de una región

XV Encuentro de Latinoamericanistas Españoles

Trama editorial / CEEIB

Actas del Congreso Internacional “América Latina: La autonomía de una región”, organizado por el Consejo Español de Estudios Iberoamericanos (CEEIB) y la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la Universidad Complutense de Madrid (UCM), celebrado en Madrid el 29 y 30 de noviembre de 2012.

Editores:
Heriberto Cairo Carou, Almudena Cabezas González, Tomás Mallo Gutiérrez, Esther del Campo García y José Carpio Martín.

© Los autores, 2012

Diseño de portada: tehura@tehura.es
Maquetación: Darío Barboza
Realización editorial: Trama editorial
trama@tramaeditorial.es
www.tramaeditorial.es
ISBN-e: 978-84-92755-88-2

OBSERVATORIO TURÍSTICO DEL PERÚ: APROXIMACIÓN A LA REALIDAD DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO

Ignacio Sariego López[1]

Resumen

El turismo está experimentando fuertes transformaciones en las últimas décadas. Las posibilidades turísticas se están ampliando progresivamente y, junto a los destinos tradicionales, plenamente consolidados, se abren paso nuevas opciones de disfrute vacacional en las áreas rurales y naturales. El crecimiento del turismo en estos espacios posibilita la diversificación económica y la multifuncionalidad de numerosas zonas ligada al aprovechamiento recreativo de las áreas naturales.

El Turismo Rural Comunitario (TRC) es un fenómeno relativamente reciente que se desarrolla en el medio rural, de manera planificada y sostenible, basada en la participación de las poblaciones locales organizadas para beneficio de una comunidad.

Perú, en su condición de país megadiverso, reúne condiciones apropiadas para liderar este nuevo modelo turístico a escala mundial, como una nueva forma de viajar, dotando al visitante 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 AECID titulada: Observatorio Turístico del Perú, Turismo Rural Comunitario. A partir de esta referencia se presentarán diversos análisis de las actividades turísticas relacionadas con los destinos comunitarios prioritarios designados por el MINCETUR, siguiendo criterios de representatividad geográfica, accesibilidad, tipo de organización que gestiona, diversidad ecológica, diversidad cultural, origen de la iniciativa y nivel de desarrollo.

Introducción

El turismo es una de las actividades que más empuje ha experimentado en los últimos años. Numerosos países o lugares concretos se han introducido en la dinámica de ofrecer sus riquezas naturales o culturales mediante circuitos gobernados por grandes agencias de viaje, cadenas hoteleras o empresas turísticas.

Este progreso de la actividad ha supuesto que hoy en día el turismo no sólo sea un viaje hacia el destino, sino que incluye otros aspectos que determinan la satisfacción de sus visitantes (Tresserras et al., 2009). Los viajeros demandan un mayor número de prestaciones, una oferta de servicios de calidad, así como un acondicionamiento apropiado en las infraestructuras, seguridad, higiene, entre otros aspectos. La principal característica es el cambio del producto tradicional, como factor en la decisión de compra, hacia el valor que los visitantes otorgan a la experiencia turística.

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 et al., 2001; Gascón, 2005; Maldonado, 2006; Cañada, 2010; Pastor et al., 2011; entre otros), este modelo turístico particularmente ocupa 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 numerosos 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

[1] Ignacio Sariego López. Doctor en Geografía. Observatorio Turístico de Cantabria. Escuela Universitaria de Turismo Altamira. Email: isariego@eualtamira.org

determinadas comunidades nativas, con rasgos y cultura propia. Día a día surgen nuevos modelos de desarrollo turístico que hacen aún más difícil establecer unos criterios que distingan los distintos patrones de desarrollo 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 los 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 ONGs 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 quiénes 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.

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 sólo 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 sólo consume suelo sino también sociedades.

Según diversos autores (Cañada, 2009; Gascón, 2009; Goodwin et al., 2009; Maldonado, 2006; Pastor, 2011), el turismo comunitario se entiende como un modelo de integración entre 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 et al., 2004), durante muchos años, las comunidades rurales indígenas desarrollaron diversas estrategias adaptativas para alcanzar una estabilidad socioambiental que les permitieran crecer y conservar su cultura, sin pensar que el turismo pudiera tener un espacio dentro de sus actividades.

La actividad tiene cada vez más presencia; y, de la misma forma que sucede 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.

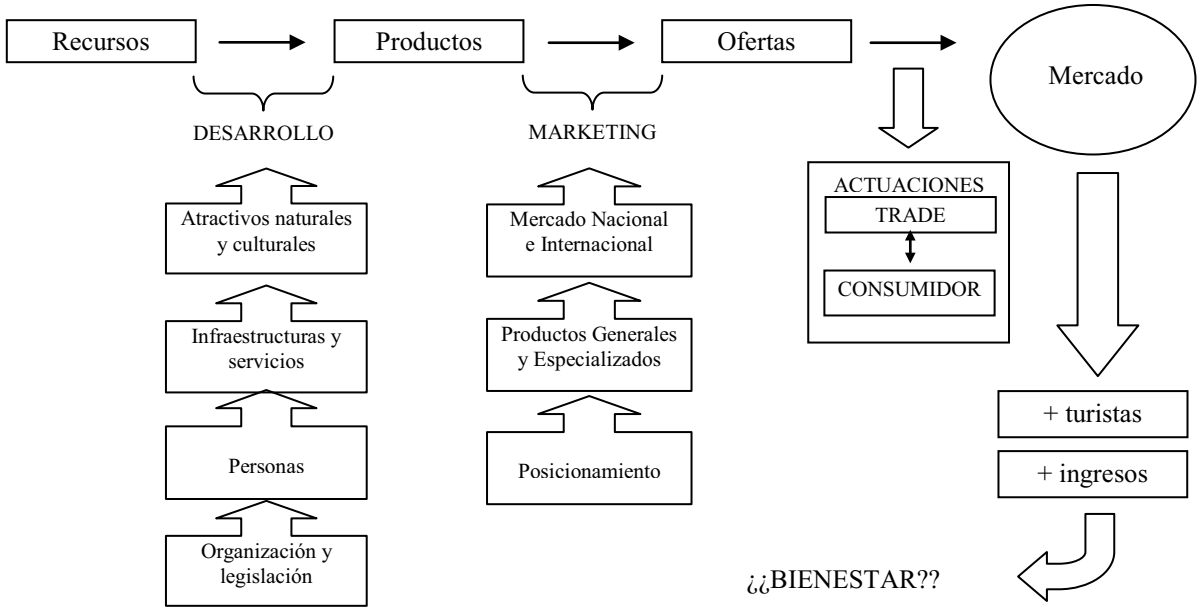
Muchos espacios alejados de circuitos turísticos tradicionales anhelan, con poco éxito, incorporarse en una importante cadena de comercialización. Este error, como bien señala Gascón (2010), rompe la estructura y la Vocación Social de un Territorio, con los problemas que ello conlleva. Para un poblador 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 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 et al., 2011) también significan que el turismo está generando en determinados territorios mayores desigualdades entre hombres y mujeres por el reparto inequitativo de los beneficios de la actividad.

Sin embargo, la socialización de este fenómeno turístico sigue avanzando, aunque con más demora de la que muchos inversores, agencias o, incluso, pobladores, desearían. Las causas de este auge son muy diversas, aunque entre ellas cabe destacar, el incremento de la información y sensibilización por parte de ONGs 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.

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

Además de valorar el indudable crecimiento de esta actividad, no se puede obviar que no todas las comunidades en el ámbito rural pueden esperar tener el mismo éxito con el turismo, debido a que no es posible que la demanda se amplíe indefinidamente (Cañada, 2009). El desarrollo de los emprendimientos comunitarios es complejo y requiere Poner en marcha iniciativas turísticas comunitarias, lo que es complicado, y requiere diversos elementos contrastados para su desarrollo. Las diferentes tipologías pueden poseer distintos modelos, pero todos ellos han de estar basados sobre una población rural determinada, que se ubica sobre un territorio, que depende de una accesibilidad, de unos recursos con potencial turístico, de unos equipamientos y servicios turísticos vinculados, y de un sistema de organización más o menos desarrollado (Figura 1).

Figura 1: el proceso de desarrollo de Turismo Rural Comunitario en un destino



Fuente: elaboración propia a partir de Chías, 2005

Pero, ¿realmente esta actividad económica genera beneficios para las comunidades?. Para algunos autores como Cañada (2010), el turismo comunitario raramente ha aliviado la pobreza y la vulnerabilidad de las comunidades rurales, considerando además que este turismo sólo se ha sostenido por el apoyo cooperación externa, pero que no ha logrado insertarse en el mercado; además, cuando lo hace, en realidad, su forma de organización no es tan comunitaria como se declara, sino que se trata de iniciativas empresariales de carácter individual y mucho más "clásicas".

Para otros autores (Pastor et al., 2011) el turismo puede convertirse en una fuerte amenaza para la cohesión social de los pueblos originarios. También el caso de Amantaní del Lago Titicaca estudiado por Gascón (2005) ilustra perfectamente esta situación. Esta investigación escenifica las disputas que surgen entre comuneros por causa del turismo, al convertirse en una nueva actividad económica controlada por un pequeño sector de la población: los lancheros. La desigual distribución de los beneficios sobre un supuesto sistema de turnos comunitario generó numerosos conflictos y diferencias socioeconómicas.

Ante estos precedentes, la única manera de aproximarse a la realidad es conocer el estado actual en el que se encuentra la actividad mediante herramientas que permitan medir, de manera objetiva, la evolución de la oferta, la evolución de la demanda e incluso, de forma global, los beneficios que reporta a los territorios implicados en el turismo comunitario.

Esta investigación ilustra brevemente los primeros análisis sobre la demanda turística del turismo comunitario en los principales destinos del Perú. Los resultados presentados muestran una pequeña parte de la "Acción Integrada. Observatorio Turístico del Per: Turismo Rural Comunitario" propuesta dentro del Programa de Cooperación Interuniversitaria e Investigación Científica de la AECID. Este análisis particular no puede ser tomado más que como una primera aproximación general y, en ningún caso, se trata de un estudio de detalle sobre la situación concreta de una comunidad rural peruana.

El Programa de Cooperación Interuniversitaria e Investigación Científica aplicado

El origen de esta publicación se circunscribe al proyecto Observatorio Turístico del Perú: Turismo Rural Comunitario que pertenece al Programa de Cooperación Interuniversitaria e Investigación Científica de la Agencia Española de Cooperación Internacional y Desarrollo. 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 San Martín de Porres, además de las antenas de Chiclayo, Cusco y Arequipa. Estas tres instituciones reúnen y ponen a disposición del proyecto 14 investigadores y 8 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.

El observatorio turístico del Perú

Con frecuencia, la rápida sucesión de los acontecimientos cotidianos apenas nos ofrece tiempo para detenernos en su dinámica y tendencias. El análisis que ofrece el Observatorio Turístico del Perú facilita un conocimiento certero de la trayectoria de la actividad turística en el país, y aporta alguna de las pistas para conocer su futuro.

Se trata de una atalaya desde la cual se visualiza la situación de esta actividad en los destinos comunitarios prioritarios del Perú, sus principales tendencias, oportunidades y retos futuros, en la firme convicción de que, únicamente conociendo la realidad, se podrá intervenir sobre ella tomando ventaja a escenarios de incertidumbre por medio de la planificación.

Sin embargo, la verdadera esencia del Observatorio radica en la continuidad temporal del mismo, lo que permitirá estudiar la evolución de este sector a intervalos establecidos. La falta de información estadística sobre turismo comunitario, y en algunos casos, sobre turismo en general, justifica la importancia de este Observatorio, en general, y de este proyecto, en particular.

El Observatorio Turístico del Perú funciona como un sistema integral de redes regionales interconectadas, con una sede central situada en la ciudad de Lima, que recoge todos los datos generados en las regiones de Chiclayo, Trujillo, Cajamarca, Cusco y Arequipa. Esta información es consolidada y genera datos precisos, fiables, constantes en el tiempo y comparables, para la adecuada toma de decisiones.

Las publicaciones periódicas que emite dan la oportunidad de disponer de una herramienta científica enfocada básicamente a satisfacer las demandas de información del Sector Público, de los responsables del turismo nacional y regional, de los ejecutivos de las empresas turísticas nacionales, de los investigadores, de los responsables del diseño e implementación de proyectos de desarrollo turístico, y, sin olvidar a los docentes y alumnos de las facultades y escuelas de Turismo y a los ejecutivos responsables de generar las estrategias de lucha contra la pobreza. El Observatorio Turístico del Perú está orientado también a satisfacer demandas de información turística nacional por parte de empresarios extranjeros que deseen invertir en el país.

En este contexto, la documentación que produce el Observatorio sobre el turismo comunitario pretende ser un instrumento vivo de consulta actualizada para los profesionales del turismo. Asimismo, pretende definir un marco de referencia en la mejora de los servicios y del nivel de competitividad de las estrategias en su lucha contra la pobreza.

Particularmente, el Turismo Rural Comunitario es un nuevo modelo que se integra perfectamente con todas las líneas de desarrollo actual del Observatorio, por lo que requiere la conexión permanente entre la sede central de Lima y las diferentes antenas que existen en el país. Los resultados finales permitirán controlar y dirigir los flujos turísticos en función de los diferentes intereses sociales, económicos y ambientales, y según los segmentos de público, la conectividad de los recursos, la oferta y la capacidad de carga turística del territorio. En este sentido, para difundir el programa se operará con la página Web del Observatorio: http://www.observatorioturisticodelperu.com.

El Perú: Turismo Rural Comunitario

El Turismo Rural Comunitario en el Perú debe su origen, en su mayoría, a la iniciativa de emprendedores que identificaron oportunidades de negocio para atender una incipiente demanda. Asimismo, los proyectos desarrollados con el apoyo de organizaciones de cooperación, empresas privadas y comuneros con espíritu emprendedor, favorecieron esta actividad (Mincetur, 2008).

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. Este contexto constituye un importante factor de desarrollo para la actividad turística. No obstante, también existen elementos que dificultan su apertura al exterior, lo que puede ralentizar su adaptación a esta nueva economía. Además, el desequilibrio económico mundial o el aumento del precio del combustible, son circunstancias innegables a las que se enfrenta su desarrollo.

Las comunidades rurales peruanas, de la misma manera que otros territorios distribuidos por el mundo, manifiestan 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 que se enfrentan las comunidades, como: la escasa cooperación de las autoridades en la conservación y en el desarrollo del turismo, la necesidad de un apoyo de conocimiento externo, el bajo número de visitas respecto a las expectativas creadas, la falta de capacitación para brindar servicios turísticos, la sobredependencia de las agencias y operadores, la carencia de producto estructurado, la inaccesibilidad logística en lugares remotos, entre otras dificultades.

Para intentar paliar éstos y otros problemas asociados a las comunidades rurales peruanas surgió a nivel institucional desde el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), el Programa Nacional de Turismo Rural Comunitario (PNTRC). A través del Programa de Cooperación Hispano-Peruano, aprobado en Lima en el año 2006, se planteó como actuación prioritaria el Proyecto "Desarrollo y Fortalecimiento del Turismo Rural Comunitario en el Perú" (TURURAL-Perú), proyecto que es cofinanciado por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) y el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, y cuya duración se establece para el periodo 2007-2011. Sobre este Programa se articulan emprendimientos rurales preparados para recibir turistas, con el fin de contribuir al desarrollo económico local y a la reducción de la pobreza del país.

El PNTRC 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 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). Actualmente ya son más de 40 los destinos comunitarios con los que cuenta el país, en distintos grados de desarrollo, articulados dentro del proyecto TURURAL. Su rápida evolución está permitiendo que estas iniciativas ya cuenten con un referente capaz de coordinar y garantizar determinados servicios turísticos.

La evaluación externa del proyecto TURURAL desarrollada por la Fundación Ulysses (Aecid, 2012) muestra unos 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 con los actores regionales y locales, emprendimientos y otras iniciativas y/o entidades relacionadas (universidades, fundaciones, ONGs, etc.), siendo únicamente un resultado del trabajo de gabinete de una serie de expertos. Afortunadamente la redirección en el año 2009 permitió un avance adecuado.
3) El Proyecto no ha trasmitido correctamente los conocimientos del Programa a la mayoría de los territorios alejados de los circuitos tradicionales. También, en determinadas administraciones regionales y locales de destinos prioritarios carecen 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 Turismo Rural Comunitario.
6) Muchos emprendimientos no pueden desarrollar un producto de TRC de calidad por no disponer de infraestructuras básicas.
7) Hay factores limitantes en las capacitaciones impartidas, debida 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) Se muestran 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 deben establecerse mejoras en el Programa Nacional de Turismo Rural Comunitario. Debemos ser conscientes de que el Perú, en su condición de país megadiverso, mantiene una excelente perspectiva de desarrollo, ya que reúne condiciones apropiadas para liderar el modelo de turismo comunitario a escala mundial, como una nueva forma de viaje.

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

Las perspectivas de desarrollo turístico son muy alentadoras. Según los últimos datos oficiales, Perú muestra un crecimiento del 9% de llegadas al país en el 2011, frente al 4% en el Mundo y 4% en las Américas; un crecimiento de llegadas del mercado Latinoamericano del 12%; un crecimiento del flujo turístico interno del 7%; y todo ello unido a la conectividad directa con Francia, son referencias que generan excelentes perspectivas para años venideros.

Para este próximo año 2013, las principales líneas de actuación externa del Ministerio basarán 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 Ministerio 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 inter-regional); y, enfocar acciones hacia nichos de mercado específicos como orgánicos, étnico, comercio justo, alpaca, biocomercio y café gourmet (Promperú, 2012).

Finalmente, buena parte de todos estos programas, principalmente por la incidencia sobre destinos no tradicionales, tendrán una indudable repercusión en los territorios rurales del Perú y, en consecuencia, en las comunidades que los configuran.

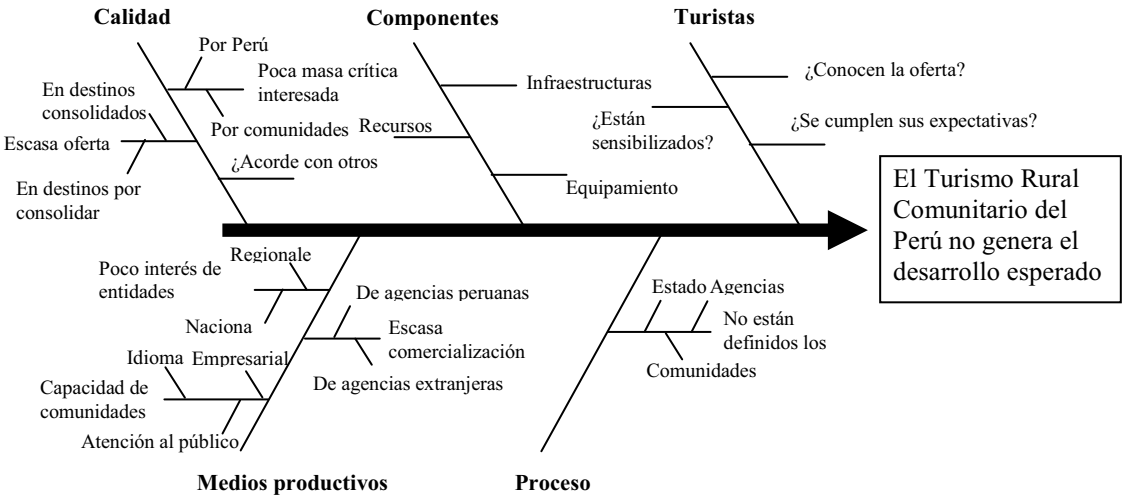
Metodología de la investigación

El marco metodológico propuesto para esta investigación alude al modelo causa-efecto definido por 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 responder si el Turismo Rural Comunitario del Perú está generando el desarrollo esperado para las comunidades que lo albergan. Como resulta imposible incidir en todas las variables que condicionan la respuesta, los resultados globales que se obtienen en la "Acción Integrada" sólo establecen una aproximación a la realidad mes a mes, desde abril hasta diciembre de 2012, estudiando la oferta y la demanda, principalmente.

La teoría de la causalidad refleja que los efectos (positivos y negativos) del turismo para las comunidades no son una variable monocausal; sino que existen múltiples factores que intervienen, para lo que resulta necesario que exista 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 2).

Figura 2: modelo causa-efecto aplicado al Turismo Rural Comunitario



Fuente: elaboración propia a partir del modelo de 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 (Tabla 1), teniendo en cuenta las comunidades que forman parte del Programa, las que posean un notable flujo de visitantes, y las que se distribuyan según los siguientes criterios:

1) Representatividad geográfica. Al tratarse de un diagnóstico de nivel nacional es muy importante contar con una muestra que incluya a emprendimientos de diferentes regiones geográficas del país.
2) Accesibilidad. Se ha tenido en cuenta la selección de emprendimientos en función de su ubicación, desde aquellos que cuentan con buena accesibilidad, a los que poseen deficientes condiciones de acceso.
3) Tipo de organización que gestiona. Se han identificado las diferentes formas organizativas: asociaciones, grupos organizados, grupos de interés, cooperativa, empresa multicomunal, etc.
4) Diversidad cultural. Los emprendimientos han sido seleccionados teniendo en cuenta también la diversidad cultural existente en el Perú: quechuas, aymaras, amazónicos y mestizos.
5) Origen de la iniciativa. Se ha tenido en cuenta el tipo de institución que tuvo la iniciativa de empezar con el emprendimiento: ONG, Gobierno Local, Gobierno Regional, Persona Natural, Empresa Privada, etc.
6) Nivel de desarrollo. Para que la muestra sea realmente representativa se ha tenido en cuenta emprendimientos con diferentes niveles de desarrollo: alto, medio, incipiente.
7) Diversidad ecológica. Para representar un amplio espectro ecológico se ha tenido en cuenta emprendimientos que se desarrollan en diferentes ecosistemas naturales.

A partir de todas estas variables, la selección definitiva de las comunidades de estudio son las siguientes (Tabla 1):

Tabla 1: comunidades rurales de estudio

Valle Sagrado – Cusco	Maras, Raqchi, Parque de la Papa y Chinchero.
Lago Titicaca – Puno	Atuncolla, Llachón, Uros, Luquina-Karina, Amantaní y Taquile.
Cañón de 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 trasmite a través de un boletín que cumple principalmente con el objetivo de mostrar la evolución del turismo comunitario a todos los agentes involucrados.

Resultados

Actualmente se están realizando los ajustes necesarios sobre los distintos elementos que componen el sistema, por lo que para esta publicación, como prueba piloto, se ha determinado presentar sólo algunos de los resultados significativos del mes de abril.

Concretamente, se han realizado pruebas de implantación del Observatorio en el Lago Titicaca, Valle Sagrado, Ruta Moche y Cajamarca, prescindiendo en esta ocasión de los datos del Cañón del Colca - Arequipa, por estar incompletos, pero aún manteniendo representatividad suficiente a nivel nacional. Fruto de ello se han realizado algunos ajustes sobre determinadas encuestas. A partir de esta práctica, sin perjuicio de que puedan realizarse otras mejoras, el sistema se está implantando para los siguientes meses, incluyendo a partir de mayo las comunidades de Yanque, Coporaque y Sibayo, del Cañón del Colca.

Tomando como referencia para este estudio, los análisis recogidos por el Observatorio en el mes de abril se presenta una muestra de 250 encuestas distribuida de la siguiente forma (Tabla 2):

Tabla 2: distribución de la muestra por comunidades

AMANTANÍ	14	PARQUE DE LA PAPA	30
CHAPARRI	7	PORCON	40
CHICLAYO	21	RAQCHI	30
CHINCHEROS	30	SILLUSTANI	10
LLACHON	13	TAQUILE	17
MARAS	30	UROS	8

Fuente: elaboración propia.

Primeramente, sobre 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 sólo se toman muestras de turistas que 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 como forma de 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 la misma manera. 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, entre las comunidades de un destino, se recurre al manejo de los datos a través del programa de IBM, SPSS.

Lago Titicaca / Puno

País de origen

En las comunidades de este destino comunitario se observa que la mayoría de visitantes proceden de Francia (59%). El resto de países visitantes se distribuye casi homogéneamente, destacando Alemania y Canadá, entre otros países. En la muestra tomada no se registró ningún visitante de España y los propios visitantes peruanos no alcanzan a representar el 10% de los viajeros encuestados en las comunidades del Lago Titicaca.

Noches de pernoctación // ¿Por qué no pernoctó en las comunidades?

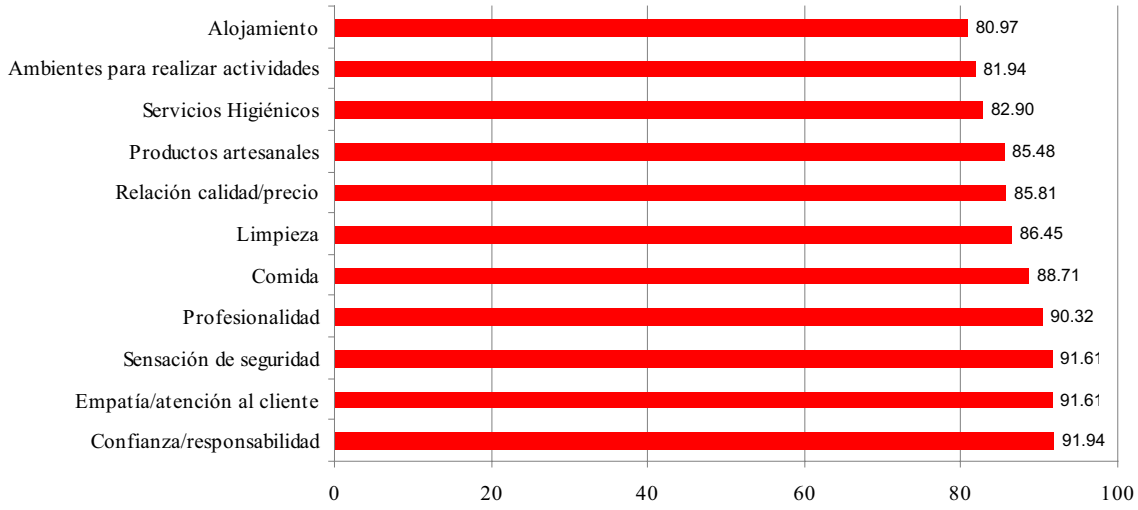
El Lago Titicaca manifiesta ser uno de los destinos con mayor número de pernoctaciones en comunidades rurales (0,73 noches), debido a que la mitad de sus visitantes encuestados pernoctaron una noche. Los datos tomados muestran que el 39% no pernoctaron en las comunidades, justificando el 79% de la muestra que no conocían esa posibilidad.

Grado de satisfacción de servicios tangibles e intangibles

En relación con el grado de satisfacción de los valores tangibles e intangibles en las comunidades del Lago Titicaca, los resultados son superiores a la media registrada para todo el país. Algunos valores como la confianza (91,94), la sensación de seguridad (91,61) o la empatía (91,61) proporcionan valores próximos al máximo (100).

Respecto a los aspectos menos valorados se encuentran: el alojamiento (80,97), los ambientes para desarrollar actividades (81,94) y los servicios higiénicos (82,90), sin embargo todos ellos por encima de la media (76,80) establecida para el nivel del país (Gráfico 1):

Gráfico 1: grado de satisfacción de servicios tangibles e intangibles en el Lago Titicaca.

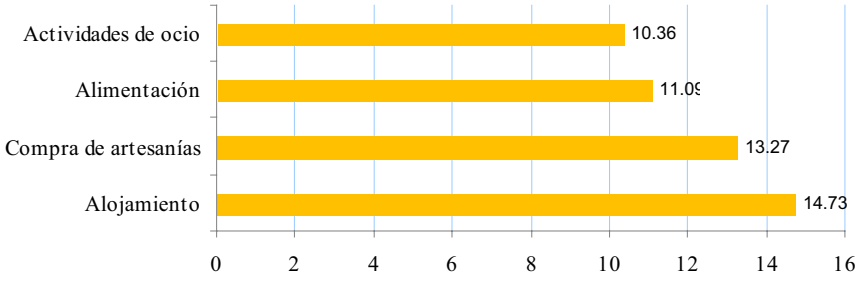


Fuente: elaboración propia.

Gasto del visitante de las comunidades

En cuanto a los gastos de los visitantes, como se ha visto anteriormente, la mayor parte de los viajeros proceden de agencias de viaje, generando un gasto medio de 3.112,75 dólares/euros en los 21,75 días que pasan en el país; mientras que en las comunidades apenas se alcanza un gasto de 50 dólares/euros por persona y día, para quienes reciben servicios. No obstante la cifra media se sitúa por encima de la media frente a otros destinos comunitarios (Gráfico 2):

Gráfico 2: gasto del visitante en las comunidades del Lago Titicaca.



Fuente: elaboración propia.

Comparación de medias entre muestras de diferentes comunidades

Tras aplicar la prueba de Anova y la prueba de post hoc HSD de Tukey a las diversas variables independientes de estas siete relaciones podemos indicar lo siguiente:

Variables comunidades y número de extranjeros: la diferencia de medias según la prueba Anova es 0.174. Este dato estadístico nos indica que las medias de las comunidades no son muy distintas entre sí. Podemos indicar que la diferencia de medias entre Amantaní y Sillustani es 0.00; caso contrario que Taquile en relación a Amantaní que muestra una diferencia de 0.235. De este modo, la presencia de visitantes extranjeros en Amantaní y Sillustani es

mayoritaria, mientras que Taquile evidencia la mayor presencia de visitantes peruanos en comparación a todas las comunidades del Lago Titicaca.

- Variables comunidades y primera visita al país: la diferencia de medias según la prueba Anova es 0.160. Este dato estadístico nos indica que las medias de las comunidades no son muy distintas entre sí. Entre Amantaní y Llachón hay una diferencia de 0.154 y entre Sillustani, Taquile y Uros hay una diferencia de media baja. Es decir, Amantaní y Llachón son las comunidades cuya mayor cantidad de turistas realizan su visita al país por primera vez; caso contrario que Sillustani, Taquile y Uros en donde encontramos con mayor frecuencia turistas que ya conocían Perú.
- Variables comunidades y noches de pernoctación en el país: la diferencia de medias según la prueba de Anova es 0.144. Este dato estadístico indica que las medias de las comunidades no son muy distintas. Amantaní y Uros tienen una diferencia de medias de 1.214, pero en relación a Taquile y Sillustani es de -6.632 y -5.786. Este dato significa que los visitantes extranjeros que visitan Taquile y Sillustani pernoctan más días en Perú que quienes viajan a las comunidades de Amantaní y Uros.
- Variables comunidades y noches de pernoctación en comunidad: la diferencia de medias según la prueba de Anova es menor al 5%, por lo que las medias de las comunidades son distintas. Según los resultados, se puede asegurar que existen dos grupos de análisis por la disparidad de medias. Llachón, Uros y Amantaní presenta una diferencia de medias significativa respecto a las comunidades de Sillustani y Taquile. Mientras el primer grupo muestra un mayor porcentaje de pernoctación, el segundo posee una cifra significativamente inferior.
- Variables comunidades y grado de satisfacción de servicio turístico: en este caso, no es aplicable la prueba de Anova; sin embargo el gráfico nos muestra, que hay una satisfacción global similar entre Amantaní, Llachón y Uros, siendo los de Sillustani y Uros los de menor satisfacción global.
- Variables comunidad y cómo ha organizado esta experiencia "por cuenta propia": la diferencia de medias según la prueba de Anova es 0.055. Este dato estadístico indica que las medias de las comunidades no son muy distintas. Entre las comunidades de Amantaní y Sillustani no existe diferencia de medias, lo que indica que apenas existe un número significativo de visitantes que hayan organizado su viaje por cuenta propia. Caso contrario sucede con los turistas de Llachón, Taquile y Uros -con diferencia de medias similares-, en donde sí existe una muestra significativa que organiza su visita por cuenta propia.
- Variables comunidad y gasto medio por servicios: Por último, no es aplicable la prueba de Anova sobre estas variables; sin embargo, el gráfico nos muestra, que hay un gasto medio por cuenta propia similar en las comunidades de Llachón, Taquile y Uros, caso contrario sucede en las comunidades de Amantaní y Sillustani en donde no existe gasto por cuenta propia.

Valle Sagrado / Cusco

País de origen

Según los datos registrados en abril, el Valle Sagrado es visitado por viajeros de diferentes nacionalidades, destacando el hecho de que de las 120 encuestas no haya coincidido ningún turista peruano. Su distribución de nacionalidad es amplia, enfatizando entre todas las procedencias Estados Unidos, con el 14% de los datos.

Entre el resto de orígenes destaca Argentina, Israel y Colombia, aunque en ninguno de estos casos se llegue alcanzar el 10% del valor de la muestra.

Noches de pernoctación // ¿Por qué no pernoctó en las comunidades?

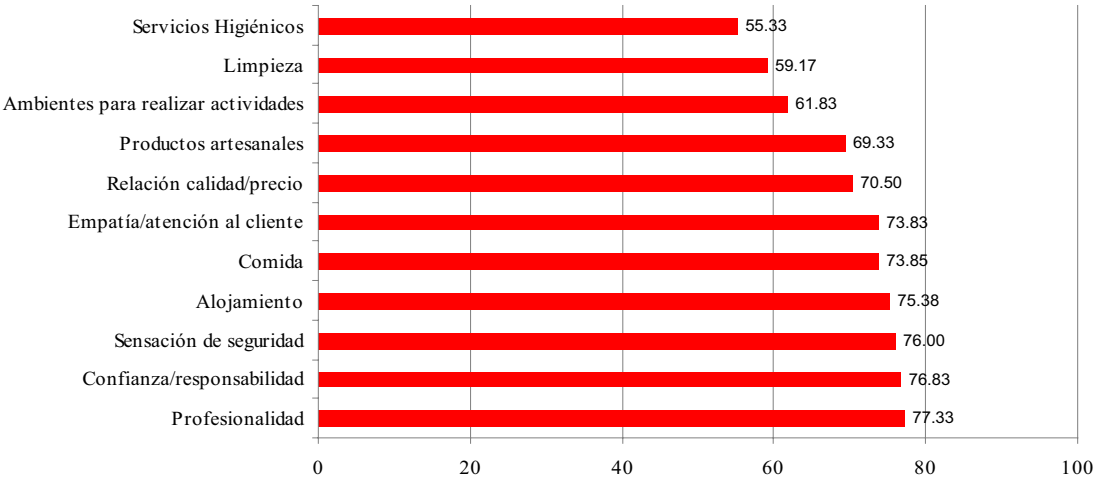
Los visitantes del Valle Sagrado, en general, apenas pernoctan en las comunidades rurales. El 89% de los viajeros del mes de abril no pernoctaron ninguna noche, motivado en un 57% porque no le habían informado acerca de la posibilidad; mientras que un 35% porque apenas tenían más tiempo en su viaje para detenerse en estos destinos comunitarios. Finalmente esta situación provocó que la media de pernoctaciones fuera muy baja (0.23 noches).

Grado de satisfacción de servicios tangibles e intangibles

En relación con el grado de satisfacción de los valores tangibles e intangibles en las comunidades del Valle Sagrado, los valores, en general, son ligeramente inferiores a la media registrada para todo el país. Algunos valores como la profesionalidad (77,33), o la confianza/responsabilidad (76,83) manifiestan valores superiores al 75% de excelencia.

Respecto a los valores menos valorados se encuentran: los servicios higiénicos (55,33), la limpieza (59,17), y los ambientes para desarrollar actividades (61,83), todos estos valores por debajo de la media global determinada en este mes para el país (Gráfico 3):

Gráfico 3: grado de satisfacción de servicios tangibles e intangibles en el Valle Sagrado

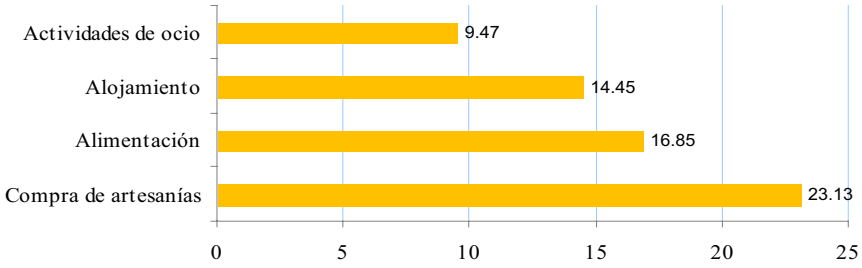


Fuente: elaboración propia.

Gasto del visitante de las comunidades

En relación con los gastos de los visitantes, la mayor parte de los viajeros proceden de agencias de viaje, generando un gasto medio de 2,673.91 dólares/euros, cifra inferior al Lago Titicaca motivada principalmente por el menor número de pernoctaciones en el país (15,02). También en las comunidades el gasto es mayor a la media (63,9 dólares/euros), destacando el gasto relativo a la compra de artesanías, superior a los 23 dólares/euros, en quienes realizan compras (Gráfico 4):

Gráfico 4: gasto del visitante en las comunidades del Valle Sagrado



Fuente: elaboración propia.

Comparación de medias entre muestras de diferentes comunidades

Tras aplicar la prueba de Anova y la prueba de post hoc HSD de Tukey a las diversas variables independientes de estas siete relaciones podemos indicar lo siguiente:

- Variables comunidades y número de extranjeros: Esta relación no contempla diferencia de medias ya que el total de visitantes a las comunidades del Valle Sagrado son extranjeros.
- Variables comunidades y primera visita al país: la diferencia de medias según la prueba Anova es 0.295. Este dato estadístico nos indica que las medias de las comunidades no son muy distintas. Entre Parque de la Papa y Raqchi hay una diferencia de medias de 0.0, y entre Chincheros y Maras, 0.033. Por este motivo, el 100% de encuestados visita el país por primera vez en las comunidades de Parque de Papa y Raqchi; caso contrario que Chincheros y Maras donde existe un pequeño porcentaje en el que su visita al país no es la primera.
- Variables comunidades y noches de pernoctación en el país: la diferencia de medias entre las comunidades -según la prueba de Anova- es menor al 5%, por lo que las medias de las comunidades son distintas. Raqchi tiene una diferencia de medias significativa, en relación con el resto de comunidades. La diferencia de medias de

Raqchi con Chinchero (5.533), Maras (3.267) y Parque de la Papa (3.533) evidencia la composición de dos grupos de análisis. Este dato evidencia que los visitantes de Raqchi pernoctan significativamente más días en el país, en relación con las otras comunidades.

- Variables comunidades y noches de pernoctación en comunidad: la diferencia de medias según la prueba de Anova es menor al 5%, por lo que las medias de las comunidades son distintas. Chincheros manifiesta una diferencia significativa respecto al resto de las medias de las comunidades (0.900). El motivo es que esta comunidad ha recogido todas las pernoctaciones de las muestras.
- Variables comunidades y grado de satisfacción de servicio turístico: en este caso no es aplicable la prueba de Anova; sin embargo el gráfico nos muestra que hay una satisfacción global mayor y similar entre Chincheros y Raqchi, siendo las comunidades de Maras y Parque de la Papa los que menor satisfacción global manifiestan.
- Variables comunidad y cómo ha organizado esta experiencia "por cuenta propia": la diferencia de medias según la prueba de Anova es 0.001. Este dato estadístico indica que las medias de las comunidades son distintas. Maras tiene una diferencia de medias respecto a las otras comunidades de 0.167, lo que nos indica que se trata de la comunidad que cuenta con un número significativo de viajes por cuenta propia, respecto al resto.
- Variables comunidad y gasto por servicios: en este caso no es aplicable la prueba de Anova; sin embargo, el gráfico nos muestra que hay un gasto medio por cuenta propia diferente según dos grupos. Por una parte se encuentra el primer grupo conformado por las comunidades de Maras y Parque de la Papa, en donde el gasto medio es menor; y, por otro lado están las comunidades de Chinchero y Raqchi, en donde el gasto por cuenta propia es mayor.

Ruta Moche / Chiclayo

País de origen

La Ruta Moche, como destino emergente que todavía es considerado, está siendo visitada mayormente por un público nacional durante este mes del año.

Según su residencia habitual se observa que la mayoría de visitantes son peruanos (61%). El resto de países visitantes se distribuye casi homogéneamente, destacando Estados Unidos.

Esta circunstancia interfiere en el resto de resultados, suponiendo un menor gasto medio en los paquetes turísticos o una organización habitual por cuenta propia.

Noches de pernoctación // ¿Por qué no pernoctó en las comunidades?

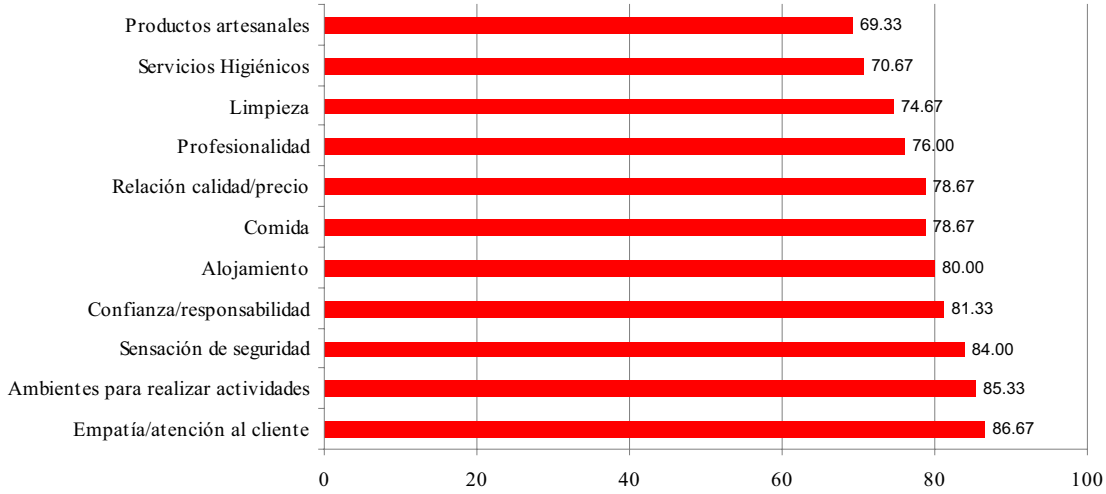
Respecto al número de pernoctaciones en las comunidades, el valor de referencia es 0.57 noches debido a que más del 60% no pernocta en la comunidad. Los motivos de la escasa pernoctación no son, como sucede en destinos más visitados, por causas de desconocimiento sino más bien, por motivos de tiempo (41%).

Grado de satisfacción de servicios tangibles e intangibles

Sobre el grado de satisfacción de los valores tangibles e intangibles en las comunidades de Chaparrí, los valores, en general, son superiores a la media registrada para todo el país. Quizá aunque expresamente los servicios no sean mejores que en otros lugares, superan a las expectativas obteniendo datos positivos. Algunos valores como la empatía/atención al cliente (86,67), y los ambientes para realizar actividades (85,33), ésta gracias a su Reserva Ecológica, manifiestan valores positivos.

Por el contrario, se encuentran los productos artesanos, menos valorados que en otros destinos (69,33). Este dato se relaciona con el escaso gasto que se manifiesta en este rubro (Gráfico 5)

Gráfico 5: grado de satisfacción de servicios tangibles e intangibles en la Ruta Moche.

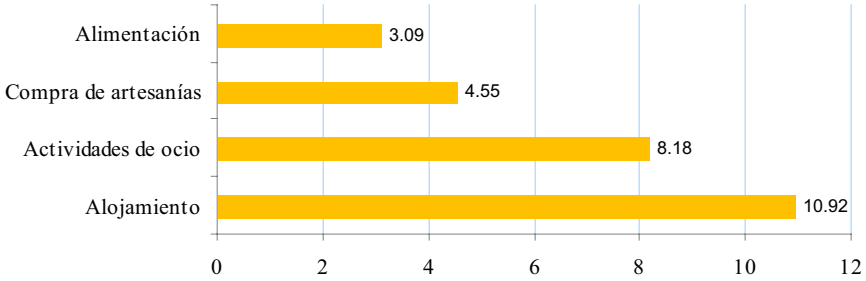


Fuente: elaboración propia.

Gasto del visitante de las comunidades

En cuanto a los gastos de los visitantes, son pocos los visitantes extranjeros (pocos también los de procedencia interoceánica) y, por tanto, menor el gasto procedente de los paquetes turísticos. Destaca, de forma particular, el gasto del alojamiento y de actividades de ocio relacionadas con la Reserva; junto con el escaso gasto que se realiza en alimentación por persona y día, ya que apenas existe servicio de almuerzo en las comunidades (Gráfico 6):

Gráfico 6: gasto del visitante en las comunidades de la Ruta Moche



Fuente: elaboración propia.

Comparación de medias entre muestras de diferentes comunidades

Para la Ruta Moche se ha aplicado la prueba de Anova pero no la prueba de post hoc HSD de Tukey, porque hay menos de tres grupos. Sin embargo, con el gráfico de variación de medias y de los datos de las medias podemos indicar lo siguiente para las siete relaciones de las variables independientes:

- Variables comunidades y número de extranjeros: la variación de medias según la prueba de Anova es menor a 5%, por lo que las medias de las comunidades son distintas. El 100% de los entrevistados en Chaparrí son extranjeros, caso contrario que en Chiclayo en donde hay un bajo porcentaje de viajero extranjero que visitó la Reserva.
- Variables comunidades y primera visita al país: la diferencia de medias según la prueba de Anova es 0.048. Este dato estadístico nos indica que las medias de las comunidades no son muy distintas; es decir, el porcentaje de extranjeros que visitan la Ruta Moche lo hace por primera vez en similares porcentajes para las encuestas de Chiclayo y para las encuestas de Chaparrí.
- Variables comunidades y noches de pernoctación en el país: la diferencia de medias según la prueba de Anova es 0.397. Este dato estadístico nos muestra que las medias de las comunidades no son muy distintas; es decir, que el porcentaje de extranjeros que pernoctan en el país es similar en las muestras tomadas en Chiclayo y en las muestras tomadas en Chaparrí.

- Variables comunidades y noches de pernoctación en comunidad: la variación de medias según la prueba de Anova es menor a 5%, por lo que la medias de las comunidades son distintas. Este dato viene a significar que gran parte de los visitantes encuestados en Chaparrí pernoctan en la comunidad, caso contrario de las muestras tomadas en Chiclayo.
- Variables comunidades y grado de satisfacción de servicio turístico: en este caso no es aplicable la prueba de Anova; sin embargo, el gráfico nos muestra que hay una satisfacción global similar entre las muestras de Chaparrí y las muestras de Chiclayo, siendo las del primer caso las que manifiestan un mayor grado de satisfacción.
- Variables comunidad y cómo ha organizado esta experiencia "por cuenta propia": la diferencia de medias según la prueba de Anova es 0.166. Este dato estadístico nos indica que las medias de las dos muestras tomadas no son muy distintas; es decir, existe un porcentaje similar y mayoritario respecto a la organización de su experiencia por cuenta propia.
- Variables comunidad y gasto por servicios: en este caso no es aplicable la prueba de Anova; sin embargo, el gráfico nos muestra, que hay una satisfacción global similar entre las muestras de Chaparrí y las muestras de Chiclayo, siendo las primeras las que identifican un mayor grado de gasto medio por cuenta propia.

Granja Porcón / Cajamarca

País de origen

Cajamarca y, concretamente la Granja Porcón, tiene unas características particulares de desarrollo comunitario al tratarse ésta de una cooperativa que comparte sus forma de vida, labores agrícolas, ganaderas y forestales. Hasta la fecha, y dado que la región de Cajamarca no se halla inserta en ningún circuito turístico, los datos dejan en evidencia que se trata de un destino nacional.

Para el mes de abril el 92% de los visitantes muestreados fueron peruanos. La representación del resto de los países es meramente testimonial.

Noches de pernoctación // ¿Por qué no pernoctó en las comunidades?

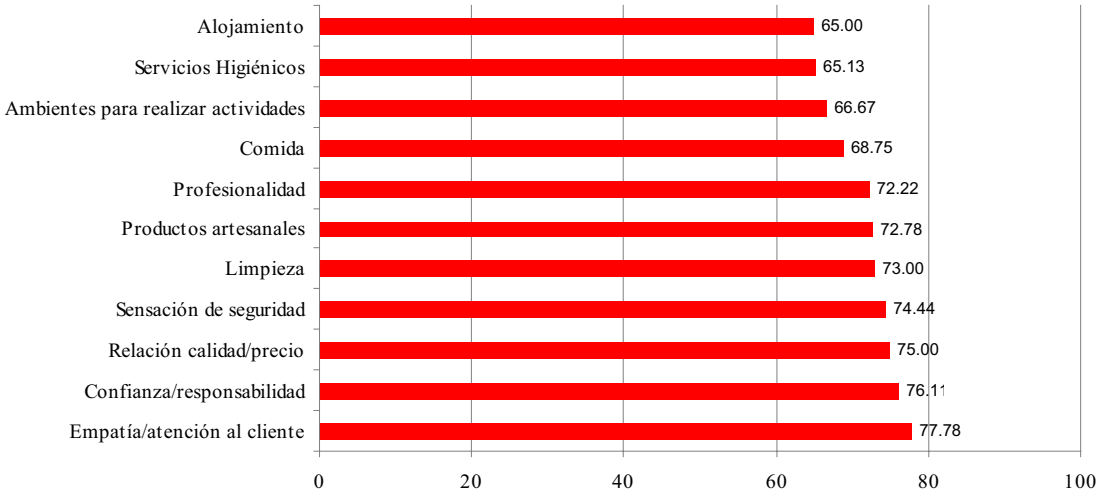
La Granja Porcón tiene la característica de presentar el mayor índice de pernoctación durante este mes de abril (0.85 noches) principalmente debido a que su pernoctación es de más de una noche en el 35% de los casos. No obstante, todavía el 60% de los encuestados no pernoctan principalmente por el tiempo disponible (46%), y no por la falta de información como sucede en los principales destinos comunitarios del país.

Grado de satisfacción de servicios tangibles e intangibles

El grado de satisfacción de los valores tangibles e intangibles en la Granja Porcón tiene unos valores ligeramente inferiores a la media para el país. El único valor que supera la media, según la opinión crítica de sus visitantes, es la empatía/atención al cliente, con un registro de 77,78 puntos.

Respecto a los valores menos valorados por los visitantes se encuentran el alojamiento (65,00), los servicios higiénicos (65,13), y los ambientes para desarrollar actividades (66,67). Es curioso este último dato ya que Porcón cuenta con un espacio zoológico en el que la mayoría de sus visitantes desarrollan sus actividades (Gráfico 7):

Gráfico 7: grado de satisfacción de servicios tangibles e intangibles.

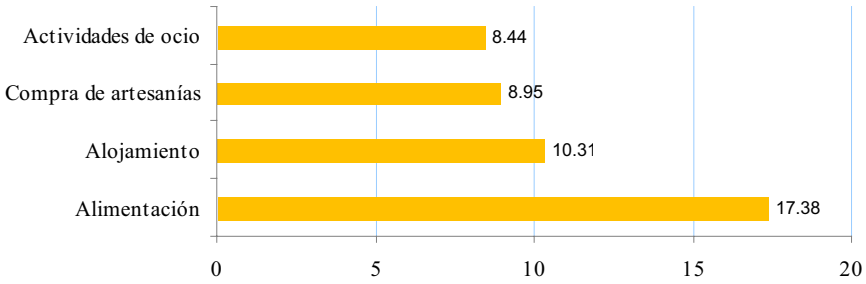


Fuente: elaboración propia.

Gasto del visitante en la comunidad

En cuanto a los gastos de los visitantes, Porcón registra los datos más bajos (339,29 dólares/euros), en cuanto al coste de los paquetes turísticos de sus visitantes, debido a que la mayoría proceden del mismo Perú. No obstante es importante destacar los gastos particulares ya que el 65% organizan el viaje a la comunidad por su cuenta. En este caso tampoco los gastos son muy abundantes (45,09 dólares/euros) destacando la alimentación (39% del gasto), probablemente debido a la popularidad de sus productos lácteos (Gráfico 8):

Gráfico 8: gasto del visitante la comunidad de la Granja Porcón



Fuente: elaboración propia.

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; y, por medio de esta investigación –y, en general, de toda la Acción Integrada que se está llevando a cabo a largo de este 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 que muestran que el turismo comunitario está generando riesgos por la sobreexpectación y el abandono de actividades tradicionales, la aportación de esta investigación no pretende concluir el debate sino continuarlo. Los resultados que se presentan sólo expresan una aproximación a la realidad y confirman la complejidad en la evaluación de esta temática.

Aunque todavía la comparación con otros meses no pueda realizarse, según los datos obtenidos para el boletín de abril, se perciben algunos rasgos de interés, como por ejemplo, que tres cuartas partes de los visitantes de las comunidades del Lago Titicaca, Valle Sagrado, Ruta Moche y Cajamarca tienen un origen extranjero.

Mayormente se trata de turistas que visitan por primera vez el país peruano y pernoctan una media de 20 noches en cada viaje. No obstante, de esas 20 noches, la media de pernoctaciones en comunidades no alcanza 0,6 puntos, cifra muy poco significativa. Sobre la satisfacción, en un rango de valoración de 0 a 100, el resultado obtenido es de 76.80, dato que muestra una calificación muy destacada.

Los viajes por cuenta propia en el mes de abril a las comunidades todavía no son del todo significativos, sobrepasando mínimamente el valor de un tercio sobre toda la muestra. De este grupo, el gasto medio por persona y día no alcanza los 50 dólares / euros en las comunidades. Entre todos los rubros destaca el gasto en "compra de artesanías" con una media de 56,28 dólares / euros. Las actividades de ocio son las que menos gasto atraen, representando sólo un 18% del gasto medio total.

En resumen, el perfil general del viajero comunitario en el Perú puede describirse como un turista de entre 30 y 40 años, extranjero, que visita el país por primera vez, viene organizado por una agencia, y permanece en Perú por 20 días. No siempre pernocta en las comunidades pero su valoración es buena sobre los servicios tangibles e intangibles que recibe. Cuando no viaja con agencia proporciona a la comunidad 46 euros por todos los bienes y servicios que recibe (Tabla 3):

Tabla 3: resultados resumen obtenidos para el mes de abril de 2012

Relación extranjeros / total (%)	76.09%
Primera visita al país (%)	69.32%
Estancia media en Perú	20.19 días
Pernoctación media en comunidades	0.59 noches
Valor de satisfacción global (100 máx.)	76.80 ptos.
Viajes por cuenta propia / total (%)	34.95%
Gasto medio por cuenta propia en comunidad (prs./día)	46.29 $/€

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 sobre 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, o las capacidades caducas que se insertan en programas de cooperación, o también los peligros de la superproducción de artesanía análoga, o quizá la pérdida de valores por la escenificación de rituales turísticos y de entretenimiento; sin olvidar los problemas inherentes a determinadas estrategias de comercialización, entre otros aspectos, esta investigación sólo propone desarrollar un sistema de información turística que provea de datos continuos de tipo cualitativo y cuantitativo.

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 de este mes de abril concuerdan –a grandes rasgos– con la valoración cualitativa que nos da el conocimiento de la actividad turística en las comunidades rurales peruanas.

Bibliografía

AECID (2012) *Informe de evaluación externa del proyecto desarrollo y fortalecimiento del turismo rural comunitario en el Perú: Turural Perú 2007 – 2011.* Lima: Documento de trabajo

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.

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.

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.

Cañada, E. (2009) *Impactos del turismo en los países del sur y turismo rural comunitario*. Nicaragua: Fundación Luciérnaga y Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).

Cañada, E. (2010) "Aportes del turismo comunitario en los procesos de desarrollo rural de Centroamérica", en Nel.Lo, M., Beas, L. (Eds.), *Actas I Congreso COODTUR*. Tarragona: Universidad Rovira y Virgili.

Chías, J. (2005) *El negocio de la felicidad.* Madrid: Ediciones Pearson Educación.

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 Nel.Lo, M., Beas, L. (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 2009.

Maldonado, C. (2006) *Turismo y comunidades indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta.* SEED: Documento de trabajo núm. 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. [Puesto en línea en septiembre de 2008. URL: http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/LINEAMIENTOS_DESARROLLO_TURISMO_RURAL_ARTE.pdf. Consultado el 10 de diciembre 2009].

Pastor, Mª. J., Almarcha F. (2011) *Interculturalidad*. Agencia Española de Cooperación Internacional. Barcelona: Ed. Icaria.

Promperú (2012) *Plan Estratégico Institucional 2012-2014.* Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Lima: Documento de trabajo.

Sotomayor, C., Valer, R., Palma, L. (2009) *Diagnóstico del Turismo del Turismo Rural Comunitario en el Perú.* Lima: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

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 Tresserras, J., Medina, X., Santonja, P., Solanilla, P. (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.

Anexos

Lago Titicaca

Extranjeros

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	,562	4	,141	1,650	,174
Intra-grupos	4,857	57	,085		
Total	5,419	61			

Primera Visita al País

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	1,100	4	,275	1,708	,161
Intra-grupos	9,175	57	,161		
Total	10,274	61			

Noches qué pernocta en el país

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	989,534	4	247,383	1,796	,144
Intra-grupos	7022,966	51	137,705		
Total	8012,500	55			

Noches qué pernocta en la comunidad					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	8,477	4	2,119	6,763	,000
Intra-grupos	17,862	57	,313		
Total	26,339	61			

Cómo ha organizado esta experiencia-cuenta propia					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	1,336	4	,334	2,469	,055
Intra-grupos	7,712	57	,135		
Total	9,048	61			

Valle Sagrado

Extranjeros					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	,000	3	,000	.	.
Intra-grupos	,000	116	,000		
Total	,000	119			

Primera Visita al País					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	,092	3	,031	1,251	,295
Intra-grupos	2,833	116	,024		
Total	2,925	119			

Noches qué pernocta en el país					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	472,367	3	157,456	7,354	,000
Intra-grupos	2483,600	116	21,410		
Total	2955,967	119			

Noches qué pernocta en la comunidad					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	18,225	3	6,075	18,209	,000
Intra-grupos	38,700	116	,334		
Total	56,925	119			

Cómo ha organizado esta experiencia-cuenta propia					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	,625	3	,208	5,800	,001
Intra-grupos	4,167	116	,036		
Total	4,792	119			

Ruta Moche

Extranjeros

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	3,440	1	3,440	27,625	,000
Intra-grupos	3,238	26	,125		
Total	6,679	27			

Visita por primera Vez

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	,583	1	,583	4,304	,048
Intra-grupos	3,524	26	,136		
Total	4,107	27			

Noches que pernocta en el país

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	100,571	1	100,571	,792	,397
Intra-grupos	1143,429	9	127,048		
Total	1244,000	10			

Noches que pernocta en la comunidad

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	12,190	1	12,190	36,571	,000
Intra-grupos	8,667	26	,333		
Total	20,857	27			

Cómo ha organizado esta experiencia-cuenta propia

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	,298	1	,298	2,031	,166
Intra-grupos	3,810	26	,147		
Total	4,107	27			