

“Tourism situation in Peru and the development of Rural Community Tourism as a sustainable enterprise”

“Situación del Turismo en el Perú y el desarrollo del Turismo Rural Comunitario como emprendimiento sostenible”

Edwing Ticse-Villanueva, Dr¹, Cesar Valdivia-Llerena, Dr², Roxana Ugarte-Concha, MSc³, Johanna Briceño-Peñañiel, Br⁴, Kelly Neyra-Paredes, Br⁵, José Ignacio Ortiz-Salazar, Br⁶, Luisa Neyra-Paredes, Est⁷

^{1,2,5,6,7} Universidad Católica de Santa María, Arequipa, Perú

eticsevi@ucsm.edu.pe, cvaldivial@ucsm.edu.pe, roxugarte@gmail.com, johanna.bripe@gmail.com, 73175642@ucsm.edu.pe, 70401058@ucsm.edu.pe, 73175638@ucsm.edu.pe

Abstract— Rural community tourism or also called experiential tourism has become a main source of income for different communities that preserve traditions and customs from generation to generation, tourism in general contributes 9.3% to the Peruvian GDP. Therefore, defining the current situation of rural community tourism is imperative to establish risks and benefits of its application in a country in economic development such as Peru. It is important to recognize that Peru has a competitive advantage over other countries that practice TRC, due to its cultural, historical and geographical benefits. The present investigation is of a descriptive nature, for which the information was organized with the use of bibliographic source managers, and using digital tools for the categorization of the sources from higher to lower priority, on the other hand, structured interviews were applied to two representatives tourism managers. With the research carried out, it is concluded that this activity brings great benefits to the communities, such as development and growth, the generation of jobs and the promotion of tourism in general, however, Peru needs to continue promoting tourist activity, taking as reference other countries that exploit it more efficiently.

Keywords-- rural community tourism, experiential tourism, sustainability, Covid-19.

Resumen—El turismo rural comunitario o también llamado turismo vivencial se ha convertido en una fuente principal de ingresos para diferentes comunidades que conservan tradiciones y costumbres de generación en generación, el turismo en general aporta 9.3% al PBI peruano. Por ello, definir la situación actual del turismo rural comunitario resulta imperativo para establecer riesgos y beneficios de su aplicación en un país en desarrollo económico como el Perú. Es importante reconocer que el Perú posee una ventaja competitiva frente a otros países que practican el TRC, por sus bondades culturales, históricas y geográficas. La presente investigación es de carácter descriptiva, para ello se organizó la información con el uso de gestores de fuentes bibliográficas, y utilizando herramientas digitales para la categorización de las fuentes de mayor a menor prioridad, por otro lado, se aplicaron entrevistas estructuradas a dos representantes

gestores de turismo. Con la investigación realizada se concluye que esta actividad trae grandes beneficios a las comunidades, como lo es el desarrollo y crecimiento, la generación de empleos y el impulso al turismo en general, sin embargo, el Perú necesita continuar potenciando la actividad turística, tomando como referencia otros países que lo explotan de forma más eficiente.

Palabras clave—turismo rural comunitario, turismo vivencial, sostenibilidad, Covid-19.

I. INTRODUCCIÓN

El turismo se basa en la experiencia, la cual a su vez dependerá de los intereses de cada persona, naturalmente, el turismo es una actividad humana optativa, pero que al mismo tiempo posee un potencial de desarrollo económico muy alto, es por ello, que ciertos países a nivel mundial dependen casi exclusivamente del mismo y destinan gran parte de sus recursos económicos a potenciarlo y promocionarlo constantemente.

Al representar una actividad económica muy significativa es lógico pensar que de alguna manera debe estar impulsada, o bien por el estado, o por medio de empresas privadas, realmente, esto no debería representar un problema, dado que toda aquella actividad que pretenda potenciar el turismo directa o indirectamente acarrea consigo desarrollo económico y oportunidades laborales para muchas personas.

El turismo tiene su origen en la base del comportamiento humano, impulsado muchas veces por la curiosidad o deseo de vivir las mismas experiencias de las comunidades a las que visitan para poder adoptar una postura empática y de la misma manera conocer mejor una cultura, es en este concepto en el cual se fundamenta el turismo rural comunitario (TRC) o también denominado turismo vivencial.

La sostenibilidad es un concepto que progresivamente está siendo aplicado en la mayoría de los sistemas productivos, y se fundamenta en el mantenimiento económico

Digital Object Identifier (DOI):

<http://dx.doi.org/10.18687/LACCEI2022.1.1.278>

ISBN: 978-628-95207-0-5 ISSN: 2414-6390

durante el tiempo, evitando dañar o agotar recursos y permitir la conservación de estos, es por ello, que el marketing de las actividades experienciales está siendo tendencia a nivel mundial y permite interiorizar la experiencia y los conocimientos adquiridos para establecer una conexión emocional con el lugar visitado [1]. Además, se logra la sostenibilidad en el turismo cuando las comunidades se involucran y participan en la revaloración de su identidad a través de atractivos tangibles y tradiciones que son transmitidas de generación en generación [2].

La pandemia de la covid-19 ha generado un cambio rotundo en la naturaleza del intercambio económico y comportamiento del mercado [3], produciendo al mismo tiempo una alteración de la demanda y de la oferta; los mercados financieros se están desplomando, llevando a algunos a una crisis crediticia, afectando particularmente al sector del comercio minorista y el turismo.

Algunos autores consideran la pandemia como un posible catalizador en la formulación y reconsideración del turismo como una alternativa de negocio rentable, basándose en tres aspectos principales como el medio ambiente, la economía y el desarrollo sociocultural. Es muy importante considerar los aspectos biosanitarios en la planificación de un proyecto económico ligado al turismo vivencial, el contacto directo bajo estas condiciones especiales podrían significar un riesgo para la comunidad y los mismos turistas [1], por ello, toda medida sanitaria que pueda aplicarse a un proyecto debería considerarse prioritaria.

La aplicación del turismo vivencial debe ser debidamente planificada considerando los riesgos y beneficios que este pueda acarrear a la comunidad, en efecto, el requisito principal para su aplicación dependerá de la naturaleza cultural de un determinado lugar, puesto que esta debe mantenerse durante el tiempo, y no verse afectado por la globalización [4].

El objetivo principal de esta investigación se basó en la descripción de la situación actual del TRC (Turismo Rural Comunitario) en el Perú, comparándolo con otros países, reconociendo deficiencias y brindando alternativas de solución. Por otro lado, se definió la importancia que tiene la experiencia en el turismo y se trataron los conceptos sobre turismo rural comunitario, los beneficios sociales, económicos, culturales y políticos.

II. GENERALIDADES DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO (TRC)

Existe la necesidad de investigación sobre el efecto que tienen eventos sensoriales en las actitudes de los participantes, pues dichos eventos proporcionan experiencias y emociones únicas [1].

A. Turismo como experiencia

Se puede evaluar la experiencia como producto de estimulación según el nivel de participación y absorción de conocimientos de los turistas y su conexión con el entorno. Este último se basa en 2 categorías [5]: impulsada por la empresa y la co-impulsada. Las experiencias impulsadas por la empresa son memorables, inmersas, reactivas e intensas; de manera contrastante, las co-impulsadas son mundanas, absorbidas, activas y menos intensas.

Dado que la experiencia es un producto, se ha convertido en una economía y por ende ha ingresado en el ámbito del marketing experiencial siendo así una tendencia en la era actual [1], además, aumenta la probabilidad de que se recomiende una marca del destino.

Es así como al turismo se le denomina “mercado de experiencias” [5], pues todos sus productos son experienciales por la interacción entre personas, ambientes, culturas, entre otros; siendo el turista consumidor del lugar, por lo que debe reconocerse el contexto experiencial. La experiencia emocional de los visitantes se relaciona con sus actitudes posteriores a la visita y al valor de la marca [1]. La experiencia turística ha sido campo de investigación durante los últimos 30 años [6], lo que corrobora su importancia.

B. Turismo Rural Comunitario (TRC)

El turismo desde un punto de vista experiencial guarda estrecha relación con el bienestar psicológico de las personas, se han realizado diversos debates al respecto, dando a entender que el ocio del turismo es una experiencia incomparable, es por ello, que últimamente han surgido diversas tendencias en cuanto al turismo que buscan que el mismo represente toda una experiencia enriquecedora esta tendencia resulta indispensable en países económicamente dependientes del turismo.

Dentro de todo entendemos el turismo vivencial o también conocido como turismo rural comunitario (TRC) como una experiencia más personal en comparación al turismo convencional y se caracteriza por una convivencia cercana y el intercambio sociocultural de un punto geográfico de interés. En efecto algunos autores se refieren al turismo vivencial como una experiencia auténtica, sin ingredientes artificiales [7].

Naturalmente, el turismo vivencial tiene su origen en el turismo tradicional o también llamado turismo convencional, turismo rural comunitario o turismo comunitario; caracterizado por un entretenimiento virtual; Por otro lado, se cree que también tiene su origen en el turismo alternativo, este último asociado a diversas disciplinas, como la espeleología, ornitología o herpetología, etc. De manera más técnica, el turismo vivencial nace con una orientación mucho más cultural que entretenida, de alguna manera se basa en una

metodología educativa, asociada a la experiencia directa de un determinado evento. Por ello, el turismo vivencial es solo una de las ramas del turismo cultural, y coexiste con el etnoturismo, turismo comunitario, agroturismo y turismo rural [8].

La tendencia del desarrollo de turismo vivencial debería ser integrado a todo un plan de desarrollo económico y no de forma individual, pues su integración requiere una inversión económica, de material humano y social bastante representativa, y sobre todo, debe entenderse que este tipo de turismo no puede ser aplicado de forma universal, puesto que la importancia y valor agregado del mismo se basa en la calidad, más no en la cantidad, es por ello, que para llevarse a cabo se debe planificar los riesgos de forma muy estricta y realista, además, el gran desafío del desarrollo del turismo vivencial y la elección del mercado idóneo para este tipo de actividad es elegir comunidades que pueden mantenerse en una armonía en el tiempo considerando la influencia de la globalización acarreada por el turismo tradicional y el mantenimiento de la autenticidad sociocultural [8], [9].

Algunos autores refieren también que el turismo vivencial tiene implicadas a las familias dedicadas a las actividades agropecuarias, deportivas y actividades artesanales en general, normalmente, dichas familias abren sus puertas a los turistas, brindando una experiencia mucho más familiar y dando una experiencia turística única [10].

C. Tipologías de turismo rural comunitario

1) Agroturismo

Este tipo de turismo vivencial se caracteriza por una participación muy activa del turista en actividades agropecuarias, durante esta convivencia los turistas adquieren experiencias autóctonas, y disfrutan de los hábitos alimenticios, música, estilo de vida y el intercambio sociocultural directo entre la gente del lugar con el objetivo de que finalmente el turista lo promueva. Algunas localidades en el Perú como Cuzco poseen características propias que hacen de él un lugar especial para esta tipología turística [11].

2) Turismo voluntariado

En este tipo de turismo vivencial tiene como característica principal que los turistas participan activamente en actividades de labor social y cooperación, buscando el desarrollo o la solución de una problemática de la comunidad. Normalmente, existen diversas opciones de voluntariado, y la decisión dependerá de los intereses propios y de factores como el idioma, tiempo, vivienda, alimentación, etc [11].

3) Ecoturismo

También denominado como “turismo verde” o de “naturaleza”, tiene su propósito en visitar lugares que en

mayor medida estén libres de civilización y se conserven prístinos, siendo el objetivo principal el poder disfrutar del entorno de la naturaleza. Se encuentra muy asociado al turismo de aventura, y en muchas ocasiones los turistas tendrán que caminar, trepar, nadar y a su vez, disfrutar del paisaje. Por otro lado, desde un enfoque más científico, ciertos profesionales que a su vez se comportan como ecoturistas, visitan estos lugares para conocer de forma directa la interrelación entre la flora y fauna de una zona geográfica, y de esta manera entender el nicho ecológico de las diversas especies. [11]

III. IMPORTANCIA DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO

El sector turístico es una de las actividades económicas más importantes, el Perú tiene todos los recursos y atractivos para poder explotar el sector de la mejor manera, el país es por excelencia uno de los destinos turísticos más atractivos de Latinoamérica.

A nivel mundial el turismo en los últimos años previos a la pandemia se había duplicado, pasando de 79 millones de visitas en el año 1995 a 208 millones para el 2018, beneficiando a más destinos emergentes, este crecimiento refleja la importancia del desarrollo de este sector en las diferentes regiones del Perú y las políticas favorables que esto trae. [12]

Para el año 2019, el turismo contribuía hasta un 9.3% en el Producto Bruto Interno (PBI) del Perú [13], en el mismo año solo durante el primer semestre, el país recibió hasta 2.1 millones de turistas extranjeros aproximadamente 40,461 más que en el 2018 y se esperaba que la cantidad ascendiera hasta 5.3 millones al finalizar el año. [14]

Chile, Ecuador, Colombia, Bolivia y México son los países en la región de donde provienen la mayor cantidad de visitantes, así mismo el Perú recibió extranjeros desde Estados Unidos, Canadá, España y Francia principalmente.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), en el 2017 Europa, Asia y África fueron los continentes más visitados y con mayor crecimiento, dentro de los países más populares se encuentran Francia, España y Estados Unidos. México y Turquía fueron los que mostraron mayor dinamismo con crecimientos del 24.1% y 12% respectivamente. Analizando la situación de Sudamérica se recibieron más de 36.7 millones de turistas para ese año, más de un 8.3% que el año anterior. El Perú ocupaba el cuarto lugar como destino turístico en la región y su crecimiento según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) era exponencial. [12]

Según Andina, los beneficios del turismo en nuestro país son:

A nivel social el turismo proporciona una gran cantidad de empleo de manera directa e indirecta, en el 2018 esta actividad había generado más de 1.3 millones de empleos a nivel nacional representando el 7.5% del total de empleos peruanos [13], adicionalmente tenemos que se fomenta la integración entre comunidades en las actividades turísticas, promoviendo la restauración y conservación de las zonas arqueológicas, monumentos, etc. y es un motivador para el mejoramiento de infraestructura de la ciudad, pistas, veredas, alcantarillados, aeropuertos, etc. [14]

Culturalmente la actividad turística ayuda promoviendo las diversas manifestaciones artísticas y culturales, concientiza sobre la preservación de flora y fauna, historia de la ciudad, lenguas originales y habitad natural, así mismo esto ayuda a impulsar la calidad de vida local.

Los beneficios económicos que trae el turismo para países en desarrollo como el caso de Perú son múltiples, como mencionamos anteriormente el turismo representa un importante ingreso para el PBI peruano, atrae la inversión privada, creación de negocios locales como agencias, medios de transporte, hoteles, centros recreacionales, etc. Indirectamente apoya promoviendo la exportación de los productos autóctonos de la zona.

A nivel político, el turismo posee el beneficio de poder engrandecer a un país hacia la vista del resto del mundo, el Perú es totalmente conocido por sus destinos, gastronomía, tradiciones, etc. Esto ayuda a fortalecer alianzas con otros países mediante eventos turísticos, gastronómicos, culturales, deportivos, etc. a nivel internacional. [14]

Según el reporte agosto del 2019 elaborado por el MINCETUR, los principales destinos turísticos y con mayor demanda son: Machu Picchu, Sacsayhuamán, Complejo Arqueológico de Moray, Reserva Nacional de Paracas, Valle del Colca, Monasterio de Santa Catalina, Museo de Tumbas Reales del Señor de Sipán, Museo de Sitio Huaca Pucllana, Reserva Nacional del Titicaca, etc. [15]

A. *Importancia del TRC para las comunidades que lo practican*

La estrategia de turismo rural comunitario surgió en el Perú alrededor del 2007 con el compromiso por parte del gobierno de promover el desarrollo turístico competitivo y sostenible en las comunidades donde se desarrolla esta tipología turística. [16]

En general el turismo es una actividad sumamente importante y crucial para el Perú por todos los beneficios mencionados anteriormente. El turismo rural comunitario consiste en formar a las comunidades y a sus habitantes en

habilidades las cuales les permitan prestar servicios a los turistas que reciben, guiándolos en las tradiciones y actividades cotidianas que los pobladores realizan y haciéndolos sentir parte de la comunidad; de esta forma el visitante tiene una experiencia diferente.

El turismo comunitario comparte los mismos beneficios que el turismo normal, sin embargo para estas comunidades significa reducción de pobreza y generación de fuentes de empleo, así mismo ayuda a descentralizar la industria y el comercio de nuevos productos regionales, fortaleciendo a las comunidades locales, a su gastronómica, a los productos, etc. [17]

Gracias al turismo comunitario, los pobladores sienten mayor interés por especializarse y desarrollar nuevos conocimientos los cuales impulsen su negocio y mejoren su calidad de vida. [16]

B. *Problemas en el TRC*

Para lograr una correcta estrategia de turismo en general se necesitan tres ejes claves, turismo, cultura y comunidad, logrando de esta manera algo llamado “Turismo Sostenible” el cual surge en la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, este turismo busca satisfacer las necesidades del visitante sin comprometer a las generaciones futuras. [2]

Sin embargo, en el Perú no se aprovecha el potencial y las bondades turísticas que posee al 100%; como mencionamos anteriormente el Perú ocupa el cuarto lugar en turismo a nivel latinoamericano y está muy atrasado a nivel global en cuanto a innovaciones en este sector. Países vecinos en la región, explotan mucho más dicho potencial teniendo aún menos recursos naturales, históricos y turísticos que Perú. El Perú posee las características para lograr ser un destino mucho más atractivo si se tuviera esfuerzos mucho más acertados.

Al Perú aún le falta mucho camino por recorrer, teniendo por delante a países como México, Argentina, Colombia y Brasil en inversión hacia este sector. [18]

Para que el sector turístico crezca en mayor medida, no solo es necesario la intervención del MINCETUR, sino también de otros ministerios los cuales tienen que enfocarse en mejorar sus actividades, pistas, carreteras, vías férreas, etc.

C. *Estrategias del estado para impulsar los emprendimientos en TRC*

Se han fomentado formas sostenibles de turismo a través de programas como «Turismo Rural Comunitario», «De mi tierra, un producto» y «Al turista, lo nuestro» garantizando una distribución más equitativa de los beneficios del turismo

con el fin de aumentar la calidad de vida de todos los implicados.

La campaña “Y tú que planes?” ha generado la inclusión de iniciativas de turismo rural comunitario y nuevos productos en Sibayo, Andahuaylas, Quinua, Lamas, dándoles la oportunidad de acceder a los beneficios que trae consigo la actividad turística. [2]

El Turismo Rural Comunitario previo a la pandemia, había demostrado ser uno de los pilares importantes en el sector turístico, creciendo exponencialmente, actualmente el MINCETUR busca potenciar y enriquecer mucho más el turismo.

El 25 de junio del 2021 se inauguró la Semana Internacional de Turismo para Todos, Solidario y Sostenible, la cual busca reconocer y fortalecer las opciones turísticas dentro del Perú. La pandemia por la Covid-19 redujo el turismo peruano, disminuyendo en gran cantidad los niveles que se había alcanzado a lo largo de los años. [19]

Si hablamos de la pandemia, podríamos decir que a nivel mundial se perdieron millones de dólares, al igual puestos de trabajo según la (OMT), el sector turístico representa el 10.3% del PBI mundial y el 7 % del comercio global, aportando uno de cada diez puestos en el mundo. [20]

El MINCETUR establece tres ejes claves para garantizar y promover el turismo en nuestro país como medidas ante el decrecimiento de las visitas turísticas por el Covid-19. (1) Desarrollar y consolidar una oferta de destinos sostenibles. (2) Posicionar al Perú como destino con productos turísticos de primer nivel y seguros. (3) La competitividad del sector, fortaleciendo su institucionalidad y articulación público-privada. [21]

Buscando asegurar que los destinos turísticos cumplan con todos los protocolos de bioseguridad necesarios, es que el MINCETUR estableció como requisito el sello “SAFE TRAVEL” [22], certificación internacional de seguridad e higiene para el turismo mundial la cual fue entregada a 18 destinos turísticos en el país. [23]

IV. PERFIL DEL TURISTA QUE PRACTICA EL TURISMO RURAL COMUNITARIO

El valor de la experiencia del TRC está determinado por las expectativas del visitante y la realidad del producto, esto hace que surja la llamada experiencia "vivencial" de manera espontánea, a su vez esta experiencia se ve nutrida de la diversidad cultural y natural. [24] Perú gracias a su diversidad y riqueza de los atractivos históricos, culturales y geográficos posee una ventaja competitiva. [3]

A. Perfil del Turista de TRC

Esta tipología turística satisface una demanda que busca una experiencia alternativa y personalizada a través del intercambio y aprendizaje cultural. Según la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (Promperú) el perfil del turista que está interesado en el TRC es: (1) gente de mente abierta interesada por los estilos de vida de otras personas, (2) gente que desea una experiencia “real”, mas no artificiosa, (3) gente que espera un trato personalizado y alejado del turismo masivo. Además, tiene las siguientes características descritas en la tabla a continuación.[3]

En el 2019 Promperú realizó una encuesta a 6920 turistas extranjeros de 15 años a más, quienes permanecieron en el Perú por lo menos una noche, cuyo motivo de viaje fue diferente al de residencia o trabajo remunerado en el país; se destaca que del total de turistas extranjeros encuestados el 25% realizó turismo rural comunitario, de estos el 52% eran hombres, el 52% solteros, respecto a su grupo etario el 48% eran millenials (24-40 años) seguido de 19% baby boomers (55-73 años). Los países de donde provienen los turistas interesados en el turismo rural comunitario son de Europa principalmente (Fig. 1) y los turistas en mayor cantidad son estadounidenses, franceses, españoles y alemanes (Tabla I). Por otro lado, dentro de los departamentos más visitados se encuentra Cusco, Lima, Puno, Arequipa e Ica (

Fig. 2). Finalmente destaca que las actividades que realizaron en mayor proporción son las de cultura, naturaleza y la adquisición de artesanías (Fig. 3). [25, pp. 38–43]

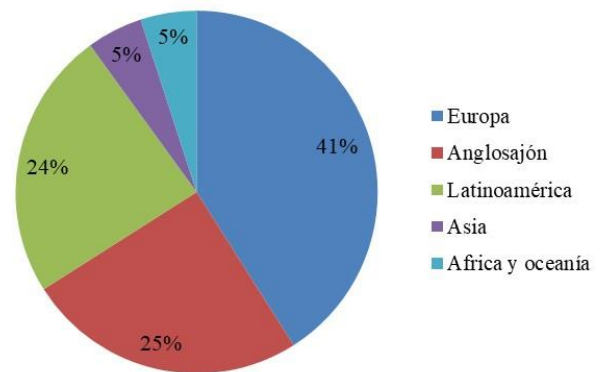


Fig. 1 Regiones de donde provienen los turistas que practican TRC

TABLA I
PORCENTAJE DE TURISTAS QUE PRACTICAN EL TURISMO RURAL COMUNITARIO SEGÚN SU PAÍS

Puesto	País	% de turistas
1	Estados Unidos	17%
2	Francia	10%
3	España	8%
4	Alemania	6%
5	Chile	6%

6	Italia	6%
7	Argentina	5%
8	Canada	5%
9	Reino Unido	4%
10	México	4%
11	Australia	4%
12	Brasil	4%
13	Holanda	2%
14	Colombia	2%
15	Suiza	2%

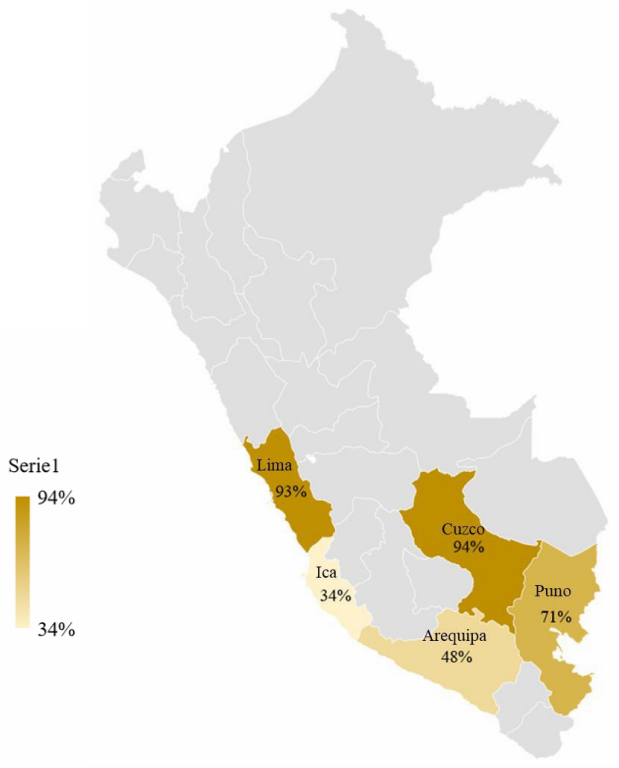


Fig. 2 Porcentaje de turistas que practican TRC según el departamento que visitan en Perú.

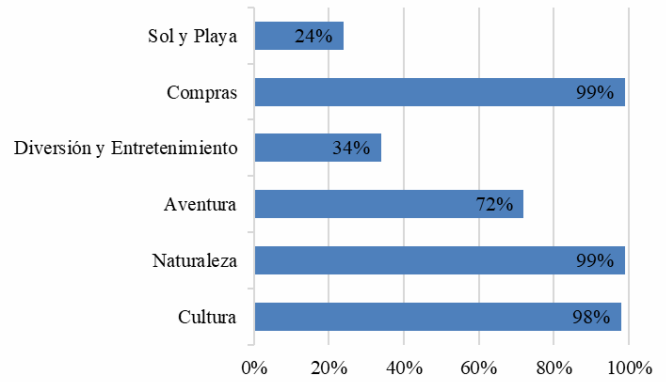


Fig. 3 Porcentaje de actividades realizadas por los turistas al practicar el TRC en Perú

B. Oferta de TRC

Los países que ofrecen turismo rural comunitario o turismo vivencial en América Latina son: (1) Costa Rica (2) Panamá (3) Ecuador (4) Perú (5) Colombia (6) Brasil (7) Bolivia y (8) Chile. [26]

Actualmente el TRC en Perú se encuentran registrados en 10 destinos turísticos los cuales son: Cajamarca, Tambopata, Lago Titicaca, Río Amazonas, Altomayo, Valle Sagrado de los Incas, Ruta Moche, Cordillera Blanca, Kuelap – Gocta y Valle del Colca (Tabla II) [27] Sin embargo, no son los únicos destinos que se encuentran desarrollando esta alternativa turística, existen otros que no están debidamente inventariados ante el MINCETUR.

TABLA II
CANTIDAD DE DESTINOS POR DESTINO DE TURISMO RURAL COMUNITARIO REGISTRADOS OFICIALMENTE EN PERÚ

Ubicación	Destino	Cantidad	Cantidad total por destino
Centro	Cordillera Blanca	3	3
	Altomayo	1	
Norte	Cajamarca	1	6
	Kuelap	2	
	Río Amazonas	1	
	Ruta Moche	1	
Sur	Lago Titicaca	10	19
	Tambopata	2	
	Valle del Colca	3	
	Valle Sagrado de los Incas	4	

En una investigación realizada por MINCETUR en el 2016, a través de Promperú, se obtuvo que la motivación principal del turista cuando elige Perú al momento de desarrollar el TRC es “Machu Picchu”, para la cuarta parte de los turistas es “la cultura y costumbres que ofrece el país”, por otro lado el 21% de los turistas que visitaron Madre de Dios fueron impulsados por “tener contacto con la naturaleza”. Además, se destaca que las comunidades nativas que fueron más visitadas y tuvieron mayor acogida fueron: Puno (Los

Uros y Taquile), Cusco (Maras, Raqchi y Pampallaqta) y Madre de Dios (Comunidad el Infierno -Esse Ejja). Por otro lado en la Tabla III se puede observar la calificación que dan los turistas hacia los servicios ofrecidos en Puno, Cusco y Madre de Dios; destacando de manera negativa los servicios higiénicos de Puno y Cusco.

TABLA III
PORCENTAJE DE CALIFICACIÓN DE LOS TURISTAS HACIA LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR LAS COMUNIDADES QUE PRACTICAN TURISMO RURAL COMUNITARIO EN PUNO, CUSCO Y MADRE DE DIOS

Servicios	Puno %	Cusco %	Madre de Dios %
Comida/alimentación	91	86	99
Guía de turismo	90	91	99
Servicios Higienicos	35	36	90
Alojamiento	81	79	100

V. DESARROLLO DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO EN OTROS PAÍSES

A. Turismo Rural Comunitario desarrollado en otros países.

La OMT propone que los gobiernos nacionales, regionales y locales (1) promuevan políticas que estimulen soluciones innovadoras, tecnológicas y de digitalización; (2) es indispensable que se tenga certeza de que los destinos rurales tengan la misma conectividad y acceso a las tecnologías que las zonas urbanas, prestando especial atención en cerrar la brecha digital de género en estos destinos rurales; además, (3) maximizar el uso de macrodatos (big data) y tecnologías para planificar, medir y gestionar mejor el turismo, promoviéndolo en las zonas rurales políticas basadas en datos empíricos, en cooperación con el sector privado y los proveedores tecnológicos. [29]

La experiencia turística de Mesenia, Grecia, se considera como una “autenticidad doble de producto del lugar” [30], pues asocia 2 aspectos a nivel micro y macro: las empresas de agroturismo de productos de aceitunas, reconocidas por los consumidores de todo el mundo, contribuyen a su imagen como destino turístico gracias a las descripciones que proporcionan las marcas con el fin de que los consumidores visiten y vivan una experiencia en el lugar. Por otro lado, los olivares al ser parte de la identidad de Grecia resultan en una estrecha relación entre el turismo y su agricultura a nivel macro. La creación de un destino de este tipo se basa en encarnar una mitología del producto para ser interpretada según sus mitologías y su promulgación [30]. Es así como el producto y sus exportaciones lo promueven como un destino turístico.

En España, al igual que sus países colindantes del mediterráneo, el turismo es fundamental para la economía del país, simultáneamente, el país per se es un destino líder a nivel mundial. Además, en el puerto deportivo de Mallorca se

encuentran más de 500 yates que atraen a los turistas para que puedan vivir experiencias inolvidables en el mar, fomentando las pernотaciones en el puerto y ayudando a empresas locales.

Respecto con el turismo inclusivo en China se comparte que las personas con discapacidad visual son un sector emergente del mercado [31] que es importante considerar e incluir en los eventos turísticos, pues pueden percibir al mundo a través del oído, olfato, gusto y tacto. Para ello consideran muy importante la disponibilidad de voluntarios que los ayuden durante el viaje y así viajen a lugares donde no hay nada por tocar u oír, sienten arrepentimiento. La seguridad personal es un factor clave, por ejemplo, si de pasar por un sendero se trata, debe existir algún tipo de apoyo para ellos, esto además apoyaría a otros sectores vulnerables, que no se les debería impedir vivir estas experiencias por su condición.

B. Innovación en las medidas tomadas ante la COVID-19.

La pandemia Covid-19 ha implicado cambios importantes en el comportamiento social, pues surgieron restricciones para viajar internacionalmente, aumentando de esta manera el turismo interno y de proximidad [5]. Las marcas turísticas son capaces de compensar las restricciones impuestas dando énfasis en los elementos experienciales multisensoriales [1]. Por otro lado, para evitar la diseminación del virus, se han promovido las actividades al aire libre.

El turismo nacional se consideraba inferior al internacional, sin embargo, está presentando mayor aceptación ya que los turistas se inclinan a viajar distancias cortas durante breves periodos. Además, debido a que en algunos países como en el Perú, hubo inmovilización social obligatoria, para muchos la realización de estos viajes puede servir como catarsis y distracción la cual se puede llevar a cabo con la familia y amigos bajo las medidas de bioseguridad correspondientes.

Se deben promover las celebraciones locales al aire libre y el ecoturismo con experiencias memorables para que nuevamente se “descubra” la riqueza de los territorios nacionales. Se puede ofrecer la participación de los asistentes mediante actividades de entretenimiento en base a sus habilidades tanto físicas como intelectuales.

Es imprescindible que el ambiente sea controlado, por ejemplo, se propone gestionar la aglomeración mediante aplicativos móviles [5] que alerten sobre la cantidad de personas y que los participantes puedan reportar comportamientos irresponsables. Asimismo, en la misma aplicación se pueden agregar actividades a realizar como “checklist” otorgándose un premio como incentivo. Las danzas o eventos pueden digitalizarse como realidad virtual para una mejor experiencia e impulsar el regreso de los

visitantes una vez que las restricciones no estén presentes [1]. Si es posible la interacción física los organizadores pueden incorporar el uso de sentidos, como el olfato, para permitir que la sensación quede grabada en ellos.

Tanto las innovaciones como servicios digitales deberían contribuir a la recuperación del turismo nacional vivencial. Estas propuestas de marketing en los eventos permiten de manera más eficientemente los recursos y por ende los resultados tanto económicos, ambientales y sociales serán más sostenibles.

Por ejemplo, el puerto de Mallorca ahora organiza un evento de verano de una marca de marina limitado a 800 personas y con distanciamiento, para ello, la marina fue calificada como “Turismo Seguro” del Instituto de calidad turística española [1], pues garantiza la correcta prevención frente a la Covid-19. Esto demuestra que, bajo el correcto cumplimiento de las medidas sanitarias dispuestas, se puede llevar a cabo eventos turísticos sin comprometer la salud de las personas.

Al incorporar las nuevas disposiciones con sostenibilidad, las marcas pueden garantizar el bienestar de sus visitantes, al mismo tiempo que promueven la vida local y cultural, respetando el entorno natural.

DISCUSIÓN

Perú es un país con un gran potencial turístico debido a la gran variedad de recursos naturales, históricos y culturales que posee, gracias a esto tiene una ventaja competitiva a diferencia de otros destinos en el mundo. El turismo es una actividad económica realmente importante para la población y el estado, puesto que genera el ingreso de divisas al territorio nacional y oportunidades laborales.

En una de las entrevistas efectuadas se destacó como fortaleza para el Perú el poseer una de las 7 maravillas del mundo, Machu Picchu, en donde se encuentra una antigua ciudad inca. Las comunidades a lo largo de los años han conservado sus costumbres y tradiciones haciendo del Perú un país atractivo para desarrollar el Turismo Rural Comunitario o también llamado Turismo Vivencial.

Las expectativas de los turistas han ido variando a raíz de la nueva normalidad generada por la pandemia, los turistas extranjeros en el 2020 mostraron preferencia por actividades como Naturaleza (70%) y Aventura (68%), etc. [21]; lo que indica que prefieren visitar lugares con espacios abiertos y que permitan el distanciamiento social. Analizando esta información y los resultados observados en la Fig. 3 se concluyó que Perú es en un destino ideal para practicar el turismo rural comunitario en tiempo de pandemia, sin embargo, existe una brecha en cuanto a los servicios ofrecidos por las comunidades que se dedican a esta tipología turística,

las cuales deben de ser mejoradas a la altura que el turista lo exija.

Por otro lado, se necesita que las personas y comunidades involucradas en el desarrollo del TRC se capaciten y desarrollen habilidades enfocadas a la atención al turista, además, las comunidades deben ofrecer una experiencia inolvidable, para ello es necesario que cumplan con los servicios ofrecidos, dando detalles de los mismos, tales como imágenes referenciales del ambiente y la comunidad en su desarrollo de actividades diarias permitiendo que las agencias de viaje en el exterior puedan promocionar de manera adecuada los destinos peruanos que practican el turismo rural comunitario; asimismo, es indispensable que los habitantes de las comunidades tengan una actitud hospitalaria y amable con los turistas, en lo posible que sepan el idioma del turista visitante, adaptándose a sus necesidades y teniendo un ambiente tranquilo en donde puedan desconectarse del estrés rutinario. [3]

Según acciones empleadas en otros países es necesario establecer metodologías que ayuden a reducir la aglomeración y, por ende, el contagio ante la Covid-19 haciendo de los destinos turísticos peruanos lugares más seguros.

Se debería generar un apoyo por parte del estado más significativo a este tipo de turismo, ya que es la principal fuente de ingresos para diferentes familias y comunidades peruanas, cuya conservación de tradiciones y costumbres hacen parte imprescindible de la sostenibilidad del sector. Sumado a esto, se deben concretar esfuerzos para incentivar la formalización adecuada de los destinos turísticos que desarrollan esta tipología turística, con miras a impulsar su correcta formalización a través del inventario de recursos turísticos del MINCETUR.

Por otro lado, muchas comunidades apoyan y agradecen el turismo, sin embargo, algunos prefieren no tener contacto con esta actividad, ya que considera que perturba su entorno y forma de vivir, amenazando sus tradiciones y costumbres. El estado por su parte podría instruir y concientizar a sus habitantes para que se abran hacia una industria que les podría traer múltiples beneficios.

REFERENCES

- [1] M. Gómez-Suárez and M. J. Yagüe, “Making sense from experience: how a sustainable multi-sensory event spurs word-of-mouth recommendation of a destination brand,” *Sustain.*, vol. 13, no. 11, 2021, doi: 10.3390/su13115873.
- [2] World Tourism Organization, “Tourism and Culture Partnership in Peru – Models for Collaboration between Tourism, Culture and Community,” *Tour. Cult. Partnersh. Peru – Model. Collab. between Tour. Cult. Community*, Oct. 2016, doi: 10.18111/9789284417599.
- [3] Promperú, “Turismo Rural Comunitario 2016,” 2016. https://www.promperu.gob.pe/turismoin/Sitio/VisorDocumentos?titulo=Turismo Rural Comunitario 2016&url=~/Uploads/mercados_y_segmentos/segmentos/1020/Eval

- uación_TRC_2015.pdf&nombObjeto=PerfilesSegmentos (accessed Sep. 03, 2021).
- [4] CONFIEP, "Turismo en Perú," Apr. 16, 2019. <https://www.confiep.org.pe/noticias/economia/turismo-en-peru/> (accessed Sep. 04, 2021).
- [5] A. M. Lebrun, C. J. Su, and P. Bouchet, "A more sustainable management of domestic tourists in protected natural parks: A new trend in sport tourism after the covid-19 pandemic?," *Sustain.*, vol. 13, no. 14, 2021, doi: 10.3390/su13147750.
- [6] E. Cohen, "Authenticity and commoditization in tourism," *Ann. Tour. Res.*, vol. 15, no. 3, pp. 371–386, Jan. 1988, doi: 10.1016/0160-7383(88)90028-X.
- [7] M. Bonilla Moya, "Turismo vivencial: un ejemplo responsable sin ingredientes artificiales," Costa Rica. Accessed: Sep. 03, 2021. [Online]. Available: http://www.greenactioncr.com/downloads/Turismo_Vivencial.pdf.
- [8] M. Bonilla Moya, "Turismo vivencial: un ejemplo responsable sin ingredientes artificiales," Costa Rica.
- [9] M. Rivera Mateos, "El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural," *Relac. Intercult. en la Divers.*, pp. 199–217, 2013.
- [10] W. D. U. Casafraña and V. F. P. Chávez, "Impacto del turismo vivencial en el departamento de Cusco caso: Provincia de anta, distrito de Mollepatá," *Gestión en el Terc. Milen.*, vol. 16, no. 32, pp. 29–36, Dec. 2013, doi: 10.15381/gtm.v16i32.8649.
- [11] W. D. U. Casafraña and V. F. P. Chávez, "Impacto del Turismo Vivencial en el Departamento del Cusco. Caso: Provincia de Anta, Distrito de Mollepatá," *Gestión en el Terc. Milen.*, vol. 16, no. 32, pp. 29–36, Dec. 2013, doi: 10.15381/gtm.v16i32.8649.
- [12] Organización Mundial del Turismo, "Turismo en Iberoamérica – Creando oportunidades para todos," *Tur. en Iberoamérica – Creando oportunidades para todos*, pp. 1–42, Mar. 2020, doi: 10.18111/9789284421497.
- [13] World Travel & Tourism Council [WTTC], "PERU - 2020 Annual Research: Key Highlights," 2020.
- [14] Agencia Peruana de Noticias, "¿Qué beneficios genera la expansión del turismo en el Perú?," Sep. 27, 2021. <https://andina.pe/agencia/noticia-que-beneficios-genera-expansion-del-turismo-el-peru-767881.aspx> (accessed Sep. 04, 2021).
- [15] Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], "Reporte Mensual de Turismo. Agosto 2019," Lima, Aug. 2019. Accessed: Sep. 06, 2021. [Online]. Available: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/estadisticas/ReporteTurismoMensual/RMT_Agosto_2019.pdf.
- [16] Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], "Las comunidades y su apuesta por el turismo," Dec. 03, 2019. <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/70402-las-comunidades-y-su-apuesta-por-el-turismo> (accessed Sep. 04, 2021).
- [17] Asociación de Estados del Caribe, "El Turismo Comunitario." <http://www.acs-aec.org/index.php?q=es/sustainable-tourism/el-turismo-comunitario> (accessed Sep. 04, 2021).
- [18] Gestión, "Canatur: El turismo peruano es el sector con menos apoyo para invertir en la región," NOTICIAS GESTIÓN, Nov. 18, 2012.
- [19] Andina. Agencia Peruana de Noticias, "Perú impulsa desarrollo del turismo sostenible, inclusivo e innovador," Jun. 23, 2021. <https://andina.pe/agencia/noticia-peru-impulsa-desarrollo-del-turismo-sostenible-inclusivo-e-innovador-850460.aspx> (accessed Sep. 04, 2021).
- [20] World Travel & Tourism Council [WTTC], "Travel & Tourism - Global Economic Impact & Trends 2020 - May 2020. All rights reserved," *World Travel & Tourism Council*, pp. 1–20, 2020.
- [21] Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], "Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo 2021 - 2023," pp. 1–85, 2021.
- [22] World Travel & Tourism Council [WTTC], "'Safe Travels': Global Protocols & Stamp for the New Normal." <https://wtcc.org/COVID-19/Safe-Travels-Global-Protocols-Stamp>.
- [23] Universidad César Vallejo [UCV], "Estrategias para la reactivación del turismo en el Perú," Sep. 01, 2021. <https://www.ucv.edu.pe/noticias/estrategias-para-la-reactivacion-del-turismo-en-el-peru/> (accessed Sep. 04, 2021).
- [24] Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], "Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario." Sep. 2008, Accessed: Sep. 03, 2021. [Online]. Available: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/2015/11/LINEAMIENTOS_DESARROLLO_TURISMO_RURAL_ARTE.pdf.
- [25] Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Turística - and P. Dirección de Promoción del Turismo, "Perfil del Turista Extranjero. Turismo en cifras," Lima, Oct. 2019. Accessed: Sep. 06, 2021. [Online]. Available: www.promperu.gob.pe.
- [26] R. García López, "Turismo Rural Comunitario (TRC)," Sep. 07, 2017. <https://www.aprendedeturismo.org/turismo-rural-comunitario-trec/> (accessed Sep. 03, 2021).
- [27] Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], "Mapa de ubicación de recursos turísticos y emprendimientos de turismo rural comunitario." <https://sigmincetur.mincetur.gob.pe/turismo/> (accessed Sep. 03, 2021).
- [28] Promperú, "Perfil del Turista Rural Comunitario." Accessed: Sep. 02, 2021. [Online]. Available: <https://docplayer.es/14310345-Perfil-del-turista-rural-comunitario.html>.
- [29] World Tourism Organization, "UNWTO Recommendations on Tourism and Rural Development – A Guide to Making Tourism an Effective Tool for Rural Development," *UNWTO Recomm. Tour. Rural Dev. – A Guid. to Mak. Tour. an Eff. Tool Rural Dev.*, Sep. 2020, doi: 10.18111/9789284422173.
- [30] M. Andéhn and J. N. P. L'Espoir Decosta, "Authenticity and Product Geography in the Making of the Agritourism Destination," *J. Travel Res.*, vol. 60, no. 6, pp. 1282–1300, 2021, doi: 10.1177/0047287520940796.
- [31] G. Qiao, J. Zhang, A. Pabel, and N. Chen, "Understanding the Factors Influencing the Leisure Tourism Behavior of Visually Impaired Travelers: An Empirical Study in China," *Front. Psychol.*, vol. 12, no. June, pp. 1–9, 2021, doi: 10.3389/fpsyg.2021.684285.