
LINEAMIENTOS PARA EL DESARROLLO DE TURISMO COMUNITARIO EN EL PERÚ



CONTENIDO

I.	MARCO GENERAL	3
1.1.	ANTECEDENTES	3
1.2.	ANÁLISIS SITUACIONAL	7
1.3.	JUSTIFICACIÓN	12
1.4.	FINALIDAD DE LOS LINEAMIENTOS	13
II.	LINEAMIENTOS PARA EL DESARROLLO DE TURISMO COMUNITARIO EN EL PERÚ	14
2.1.	CONCEPTUALIZACIÓN DE TURISMO COMUNITARIO.....	14
2.2.	OBJETIVOS DE TURISMO COMUNITARIO.....	14
2.3.	ENFOQUE TRANSVERSAL DE TURISMO COMUNITARIO	15
2.4.	INTERVENCIÓN PARA EL DESARROLLO DE TURISMO COMUNITARIO.....	17
2.4.1.	ÁMBITO DE INTERVENCIÓN	17
2.4.2.	ALCANCE DE INTERVENCIÓN.....	18
2.5.	ACTORES Y SU ROL EN TURISMO COMUNITARIO	21
2.6.	SISTEMA DE EVOLUCIÓN DE LOS EMPRENDIMIENTOS.....	24
2.7.	CONDICIONES MÍNIMAS PARA EL DESARROLLO DE TURISMO COMUNITARIO	27
2.8.	BENEFICIOS DE TURISMO COMUNITARIO	29
2.9.	EJES PARA EL DESARROLLO DE TURISMO COMUNITARIO.....	31
2.9.1.	EJE 01: FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN DE TURISMO COMUNITARIO.....	32
2.9.2.	EJE 02: CONSOLIDACIÓN DE PRODUCTOS DE TURISMO COMUNITARIO.....	32
2.9.3.	EJE 03: POSICIONAMIENTO DE TURISMO COMUNITARIO EN EL MERCADO.....	33
2.9.4.	EJE 04: FORTALECIMIENTO DE LA GOBERNANZA DE TURISMO COMUNITARIO.....	34
III.	GLOSARIO DE TÉRMINOS	35
IV.	ANEXOS.....	38



I. MARCO GENERAL

1.1. ANTECEDENTES

El Perú posee un gran potencial de desarrollo turístico principalmente por la variedad de paisajes, fauna, cultura e historia, que atraen visitantes, por lo que, este sector es una fuente importante de ingresos económicos, genera puestos de trabajo y oportunidades para las iniciativas de negocio a nivel nacional, contribuyendo a la mejora de la calidad de vida. Desde hace más de treinta años, las experiencias de desarrollo de turismo en las comunidades ubicadas en medios rurales del país surgieron en atención de una demanda incipiente, en su mayoría por iniciativa de emprendedores que identificaron oportunidades de negocio, así como a través de proyectos desarrollados en los últimos años con el apoyo de organizaciones de cooperación y/o empresas privadas.

En ese contexto, a partir del año 2005 el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, en adelante MINCETUR, empieza a desarrollar un análisis de la situación de la actividad turística en los medios rurales del Perú y en el año 2006 se da inicio a la elaboración de los lineamientos para delimitar un camino de desarrollo sostenible del turismo. El escenario encontrado denotaba una desarticulación de actores territoriales e institucionales, además de problemas propios de la actividad turística y el sector privado; esto significó una serie de dificultades y problemas desde la gestión pública precisamente por desarrollarse sin una pauta metodológica y por responder espontáneamente al mercado. Sin embargo, esta situación adversa indicaba también una oportunidad de acción urgente por parte del MINCETUR, como ente rector del turismo en el Perú, para que a través de su liderazgo pueda revertir esta situación y estructurar una visión compartida, construida en coautoría, con contenido técnico y donde la asunción de los roles y funciones de los actores debía cumplirse y complementarse.

Por ello, en el año 2007 el MINCETUR aprueba los "Lineamientos para el Desarrollo de Turismo Rural Comunitario en el Perú", mediante Resolución Ministerial N° 054 – 2007 – MINCETUR/DM, con el objetivo de diversificar la oferta turística nacional, a través del desarrollo de productos turísticos competitivos en el ámbito rural, garantizar la participación, generar empleo, mejorar los ingresos en las poblaciones involucradas y promover la conservación de los recursos existentes. En el mismo año, se inicia el Proyecto TURURAL 2007 - 2011 "Programa para el Desarrollo y Fortalecimiento Integral de Turismo Rural en el Perú", un proyecto que se desarrolló con la suscripción del Convenio entre el MINCETUR y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo – AECID; esto permitió sentar las bases institucionales de Turismo Rural Comunitario en el Perú.

Con el liderazgo del MINCETUR y su intervención sostenida en las iniciativas de Turismo Rural Comunitario se desarrollaron diversas acciones enfocadas principalmente en el fortalecimiento de capacidades de los emprendedores y en la mejora de la calidad de los servicios turísticos que ofertaban. Durante los años 2010 y 2011, se dio inicio al proceso de transferencia del concepto, enfoque y metodología de



trabajo a los gestores del desarrollo turístico local. Dichas acciones incluyeron a 42 emprendimientos que se desarrollaban en 11 regiones del país.

A partir del año 2012 y luego de concluir el Proyecto TURURAL, el MINCETUR enfatiza su accionar estableciendo metodologías para continuar con el fortalecimiento de capacidades de los emprendedores de Turismo Rural Comunitario y generando espacios e instrumentos para la articulación de productos turísticos promovidos por las organizaciones de base comunitaria; así como el fortalecimiento de una política de inclusión del sector Turismo a través de la generación de capacidades en los gestores, buscando que ellos; a nivel local como de destino, conduzcan el proceso de desarrollo turístico local, a fin de vincular los productos de Turismo Rural Comunitario a los Destinos Turísticos. Desde entonces, el MINCETUR ha venido trabajando progresivamente en los principales destinos turísticos del país (habiendo incorporado al 2019¹ a 66 emprendimientos de 72 comunidades ubicadas en 11 regiones del país) a través de tres líneas de acción: fortalecimiento de competencias, articulación comercial de los productos y fortalecimiento de la Política Institucional.

Asimismo, con la finalidad de continuar con el fortalecimiento de Turismo Comunitario en el Perú, el MINCETUR promueve y organiza los Encuentros de Turismo Rural Comunitario, siendo estos espacios de coordinación y acercamiento con los líderes comunitarios, instituciones públicas, representantes de los distintos niveles del Estado, las organizaciones no gubernamentales, sector privado, entre otros. A la fecha, se han desarrollado diez encuentros nacionales sobre ejes temáticos que evidenciaron los progresos de Turismo Comunitario en cada año.

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

De igual manera, en el año 2018, el MINCETUR, organizó el I Encuentro de Turismo Rural Comunitario en las Américas, donde las autoridades, emprendedores, especialistas, organismos no gubernamentales, organismos públicos y privados participantes intercambiaron ideas con la finalidad de aportar al desarrollo de políticas públicas para fortalecer el Turismo Comunitario, lo que concluyó con la firma del Acta de Moyobamba, documento que establece continuar con el desarrollo de iniciativas de Turismo Rural Comunitario en concordancia a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, asimismo, seguir fortaleciendo el capital humano, los intercambios nacionales e internacionales con fines de aprendizaje, reconocer a los líderes de las comunidades y emprendimientos como transmisores de conocimiento y experiencia. En ese marco, en 2018 se aprueba el Plan de Trabajo 2018-2021 de la Comisión Interamericana de

¹ Información actualizada al 2019 por la Estrategia Nacional de Turismo Comunitario, MINCETUR

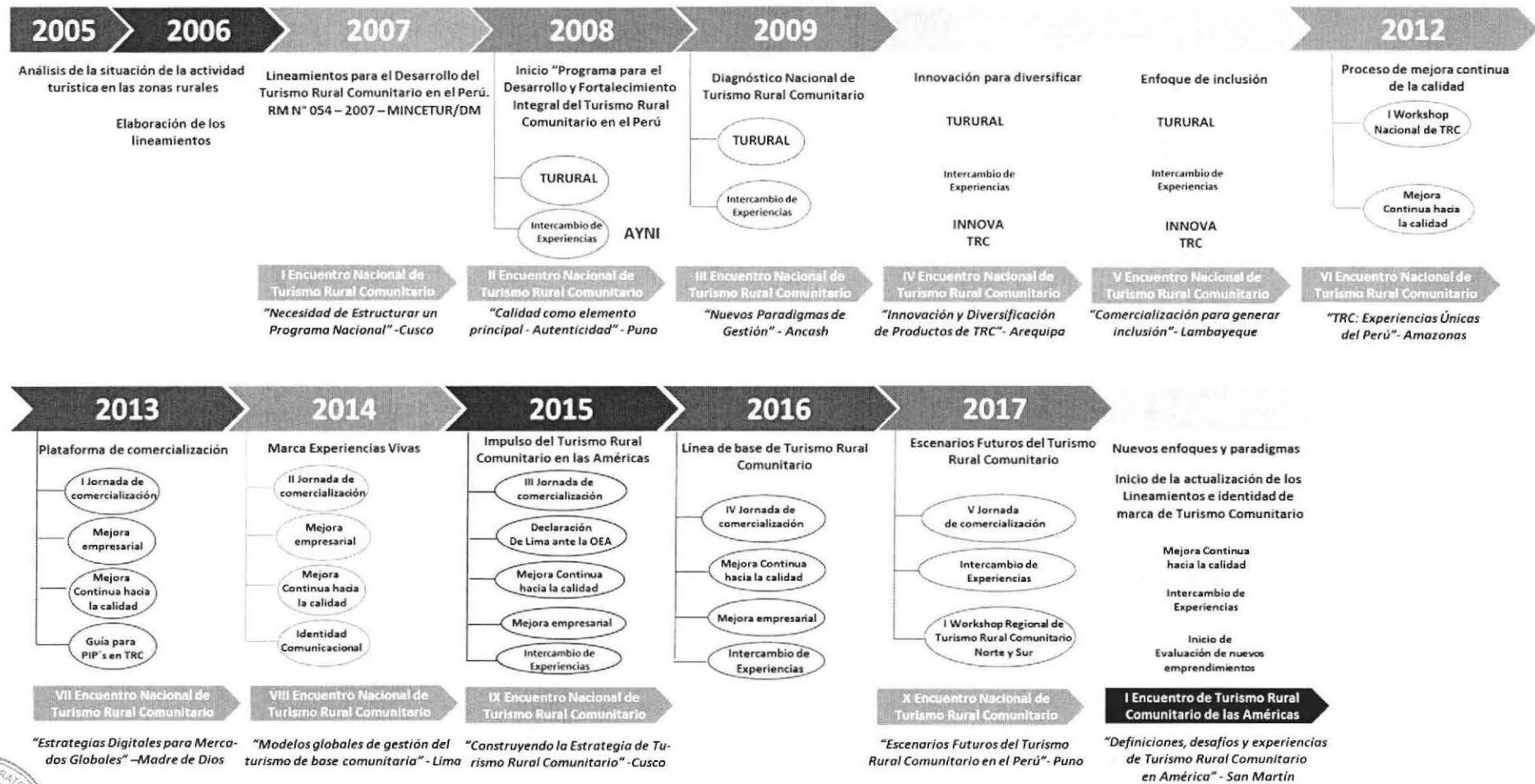


Turismo (CITUR) de la Organización de los Estados Americanos (OEA), siendo el Perú el país líder en plantear el Modelo de Gestión de Desarrollo Turístico Rural Comunitario Sostenible para las Américas. En ese sentido, se destaca la importancia de facilitar la articulación público - privada intersectorial, la colaboración entre países y fortalecer la gobernanza en pro del desarrollo sostenible del turismo.

La siguiente imagen muestra la línea de tiempo de la Estrategia de Turismo Rural Comunitario con los hitos más resaltantes:



Imagen 01: Línea de tiempo de la Estrategia de Turismo Comunitario



Elaboración: Estrategia de Turismo Comunitario, DIOT, DGET, VMT, MINCETUR, 2019



1.2. ANÁLISIS SITUACIONAL

1.2.1. Análisis de las tendencias del mercado turístico

Las Naciones Unidas reconoce la capacidad del sector turístico de generar cambios hacia un desarrollo sostenible económico, social y ambiental, por ello, declaró el año 2017 como el "Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo". Además, la Organización Mundial del Turismo – OMT sostiene que las llegadas e ingresos económicos del sector turismo han estado en constante crecimiento y las estadísticas indican que continuará el incremento al 2030; asimismo, estima que la llegada de turistas a países de economías emergentes crezca a un ritmo de 4,4% al año, entre el 2010 y 2030².

En cuanto al número de llegadas en el año 2017, los destinos a nivel mundial acogieron a 1322 millones de turistas internacionales, casi 83 millones más que en 2016³. En América llegaron 211 millones de turistas internacionales y en Sudamérica el arribo de turistas internacionales se incrementó en 10% (36.2 millones) con relación al año anterior⁴. En el Perú los arribos de turistas internacionales mostraron un crecimiento sostenido alcanzando los 4 millones, lo cual representó un incremento de 8% en relación al 2016. Del total de arribos, los turistas extranjeros vacacionistas fueron 2,64 millones, de los cuales el 48% visitó comunidades campesinas³, este porcentaje se incrementó considerablemente respecto al año anterior, cuando de 2,30 millones de turistas vacacionistas el 21% visitó comunidades⁵.

En relación al mercado emisor, las regiones donde provienen la mayoría de turistas son: Latinoamérica (2508 mil), países anglosajones (746 mil) y Europa (559 mil)³. Con respecto al Turismo Comunitario, los mercados con mayor demanda son EE.UU y los países europeos. En un estudio de la comercialización de Turismo Comunitario en Perú⁶, el 44 % de los operadores encuestados mencionó a los EE.UU como su principal mercado en importancia, seguido por Francia (15%) y Alemania (10%).

En cuando al comportamiento del visitante al momento de elegir canales de búsqueda de viaje se evidencia que: del total de turistas que compran paquetes turísticos el 24% los adquiere por Internet, de los turistas que viajan por cuenta propia, el 40% usa del internet para comprar el transporte aéreo internacional, el 26% para reservar alojamiento y solo un 13% para comprar transporte aérea entre ciudades del Perú. Sin embargo, estos porcentajes varían según las regiones de residencia, así, los anglosajones son los que más emplean canales digitales para adquirir servicios turísticos: del total que viajan con paquetes turístico el 42% los compra por Internet, de los que viajan por cuenta propia, el 77% usa Internet para comprar transporte aéreo internacional, el 46% para reservar alojamiento y el 43% para transporte aéreo dentro



² Panorama del turismo internacional, OMT Edición 2017.

³ Perfil del Turista Extranjero 2017- PromPerú.

⁴ Organización Mundial del Turismo 2018.

⁵ Perfil del Turista Extranjero 2016- PromPerú.

⁶ Evaluación sobre el Turismo Rural Comunitario en el Perú– PromPerú 2016.

de Perú⁷. Siendo este uno de los principales segmentos que visitan los emprendimientos de Turismo Comunitario.

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

Por otro lado, el 50% de los turistas extranjeros que llegaron al Perú en 2017 pertenecen al segmento Millennials (22 a 37 años)³ este segmento tiene una influencia significativa en el mercado de viajes internacionales y se espera un incremento en 50% de los viajes de 2015 al 2020. De acuerdo a las tendencias⁸, los Millennials hacen hincapié en la experiencia, la autenticidad por encima del lujo, la personalización, reservas de último minuto, precios accesibles, autoservicio, valores de alta tecnología, aprecian la cultura y encuentran un interés en vivir como un local⁹. Asimismo, un estudio sobre las tendencias de los viajes muestra que el 74% de los turistas de Latinoamérica son vacacionistas y sus principales intereses son actividades de naturaleza (25%) y de aventura (25%), estos viajeros valoran acercarse a la realidad de los lugares que visitan¹⁰. Además, los turistas que llegan al Perú y consumen productos de Turismo Comunitario son principalmente de los segmentos cultural (58%), aventura (56%), tradicional (46%) y ecoturismo (38%)¹¹.

En este contexto, el Perú presenta elementos que satisfacen la necesidad del mercado: inmersión, autenticidad y conexión local. Así, los aspectos más valorados en la cadena comercial peruana son: Cultura viva (73%), contacto con la población local (72%), experiencia única (39%) y la autenticidad (38%)¹¹. El Turismo Comunitario satisface una demanda que busca: *un intercambio y aprendizaje cultural, contacto profundo con las poblaciones locales, conocer y entender la cultura local, ser actores proactivos y no pasivos de su viaje, ser parte de un estilo de vida que les es ajeno*. Además, representa una experiencia de abstracción: *alejarse del ajetreo de la vida moderna, experimentar una especie de regreso a las raíces, contacto con la naturaleza y el campo*⁶.

Relacionado a ello, TripAdvisor¹² determinó que el 89% de los usuarios encuestados desea conocer lugares y culturas nunca antes experimentadas y el 57% afirmó que importa más la historia y la cultura local antes que el clima. De acuerdo a las tendencias de Airbnb para el 2019, las experiencias más solicitadas son: *experiencias únicas, tours ecológicos y las experiencias locales*, los turistas buscan sumergirse a la cultura local. Asimismo, en relación al estudio de las seis tribus viajeras al 2030¹³, los grupos cuyas características encajan con las experiencias de Turismo Comunitario son: el “Purista Cultural”, que busca experimentar formas de vida diferentes, lugares

⁷ Perfil del Turista Extranjero 2017- PromPerú.

⁸ Hábitos y Tendencias del Mercado Turístico de América Latina, PromPerú

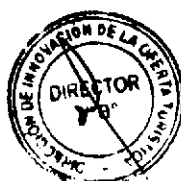
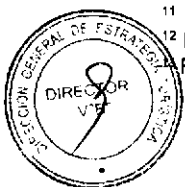
⁹ Millennial Traveller Report 2016, why millennials will shape the next 20 years of travel.

¹⁰ Tendencias del turismo en América Latina para 2019 Axon Marketing & Communications

¹¹ Diagnóstico de la Promoción y Comercialización de los Productos de Turismo Comunitario 2018

¹² Informe Global Barómetro de Viaje de TripAdvisor 2017 -2018

¹³ Future Traveller Tribes 2030 Understanding Tomorrow's Traveller, Amadeus y Future Foundation



prístinos o poco tradicionales donde vive la cultura local, ser reconocidos como una minoría por lo que les atrae los viajes dirigidos a nichos, entre otros; y el "Viajero Comprometido" cuyas decisiones de viajes están basadas en su código moral, ético y en el impacto que el viaje puede ocasionar. Además, PromPerú¹⁴ basado en este estudio concluye que el turista del 2030 estará influenciado por las mejoras tecnológicas, se adaptará por completo al estilo de vida de la comunidad que visite y debido a la presión diaria de la vida moderna, buscará más experiencias únicas que le ofrezcan un mayor equilibrio físico y mental durante su viaje.

Por otro lado, en relación al vacacionista nacional, en 2017 se realizaron alrededor de 4,36 millones de viajes por vacaciones dentro del Perú, lo cual generó un movimiento económico de S/ 2049 millones. Los principales motivos del viaje fueron: descansar y relajarse (32%), conocer nuevos lugares (21%), salir con la familia (21%) y solo un 2% manifestó que la motivación fue conocer otras costumbres. El 79% realizó turismo urbano, el 50% turismo de naturaleza, el 36% turismo cultural y el 6% turismo de aventura¹⁵. Así, las estadísticas confirman que los vacacionistas nacionales viajan cada vez más, sin embargo, se observa que aún no se han desarrollado estudios que analicen este segmento en relación a la oferta de Turismo Comunitario. Asimismo, los operadores que venden experiencias de Turismo Comunitario dedican casi todos sus esfuerzos al turismo receptivo (92%) y solo un reducido número se orienta exclusivamente a captar turistas nacionales (8%)¹⁶.

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

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

1.2.2. Análisis de la oferta de los emprendimientos Turismo Comunitario

Actualmente la Estrategia de Turismo Comunitario cuenta con 66 emprendimientos ubicados en los principales destinos turísticos del Perú, en 11 regiones: Amazonas, Ancash, Arequipa, Cajamarca, Cusco, Lambayeque, Lima, Loreto, Madre de Dios, Puno y San Martín. Los cuales integran a 72 comunidades, el 69% de ellas se encuentra en la zona sur, el 11% en la zona centro y el 19% en la zona norte del país.

La oferta de los productos turísticos de estos emprendimientos presenta atributos únicos que responden a las necesidades y tendencias del mercado anteriormente descritas. Además, las competencias de los emprendedores se han ido incrementando paulatinamente gracias a los procesos de capacitación y asistencia técnica brindada por la Estrategia de Turismo Comunitario, ello ha influido en la mejora continua de la

¹⁴ Boletín N° 42 Febrero 2018, Información especializada sobre turismo en el Perú y el mundo

¹⁵ Perfil del Vacacionista Nacional 2017

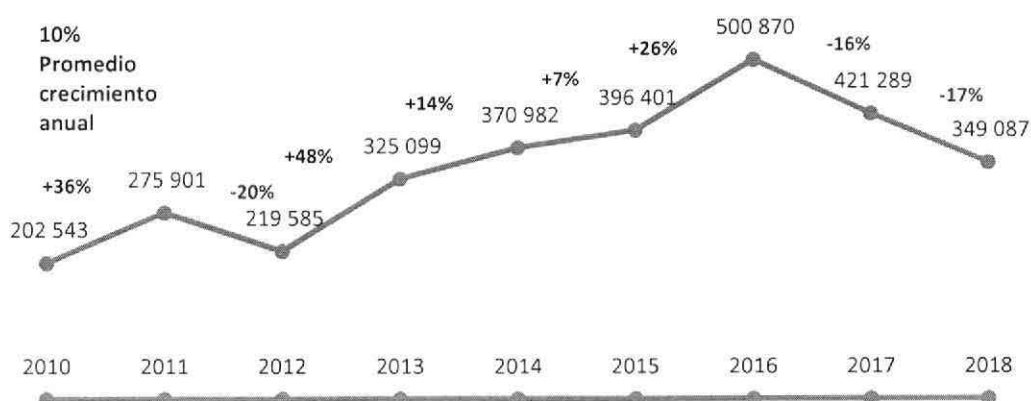
¹⁶ Diagnóstico de la Promoción y Comercialización de los Productos de Turismo Comunitario 2018



calidad de los servicios turísticos. Asimismo, las organizaciones de base comunitaria se han fortalecido mejorando la gestión turística y adquiriendo capacidades para generar alianzas estratégicas e iniciar procesos de gobernanza en sus territorios, logrando acceder a diversos fondos concursales, ejecutar proyectos tanto públicos como privados y entablar acuerdos o alianzas con empresas turísticas que aseguren un flujo constante de visitantes.

En ese sentido, los siguientes datos¹⁷ muestra el flujo de visitantes que llegan a los emprendimientos de Turismo Comunitario, su procedencia y los ingresos económicos generados en los últimos años.

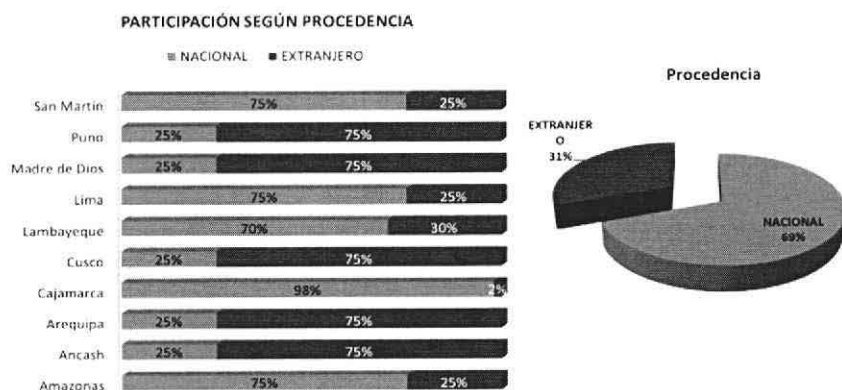
Gráfico 01. Flujo de Visitantes de 2010 a 2018



Elaboración: Estrategia de Turismo Comunitario, DIOT, DGET, VMT, MINCETUR, 2019

En relación a la procedencia de los visitantes, la Gráfica 02 muestra que los turistas extranjeros visitan en mayor cantidad los emprendimientos de la zona sur: Puno, Cusco, Arequipa, Madre de Dios y en la zona centro la región de Áncash. A los emprendimientos ubicados en las demás regiones llegan más turistas nacionales que extranjeros, como se muestra a continuación.

Gráfico 02. Tipos de turistas que visitan los emprendimientos



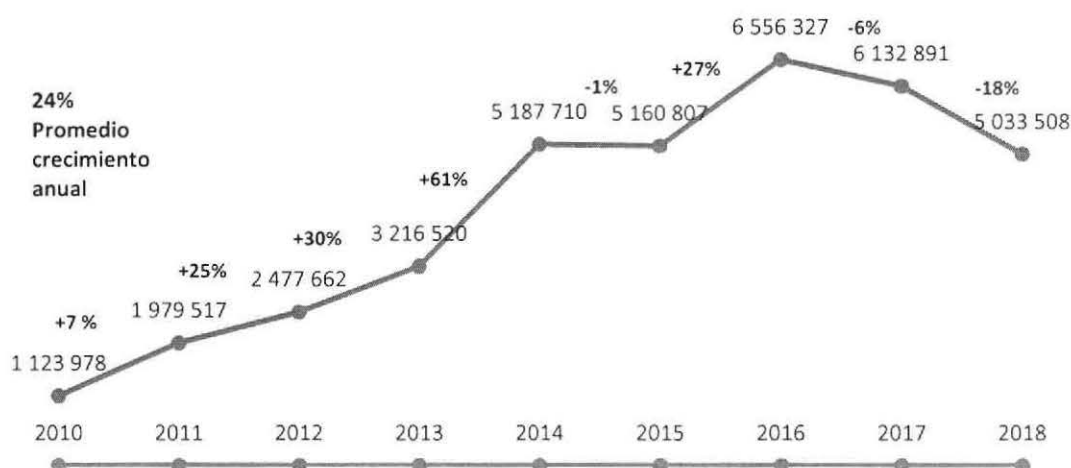
Elaboración: Estrategia de Turismo Comunitario, DIOT, DGET, VMT, MINCETUR, 2019

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



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

Gráfico 03. Ingresos Económico del 2010 al 2018



Elaboración: Estrategia de Turismo Comunitario, DIOT, DGET, VMT, MINCETUR, 2019

A pesar del gran potencial de crecimiento de la oferta de Turismo Comunitario aún existen brechas en temas de calidad, comercialización y en el desarrollo propuestas innovadoras y diferenciadas. Esta situación, representa un gran reto que los emprendimientos deberán afrontar en busca de su sostenibilidad. Las principales limitaciones identificadas en un estudio de la comercialización de Turismo Comunitario¹⁸ son:

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



¹⁸ Diagnóstico de la Promoción y Comercialización de los Productos de Turismo Comunitario 2018



1.3. JUSTIFICACIÓN

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

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

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

Estos vacíos generan una barrera en el desarrollo de Turismo Comunitario, por ello se requiere contar con un instrumento normativo actualizado, con estrategias claramente definidas centradas en el visitante, en la gobernanza territorial, en el empoderamiento de los emprendedores y en la gestión sostenible de la actividad turística, a fin de consolidar los emprendimientos de Turismo Comunitario. Cabe señalar, que los lineamientos publicados en el 2007 son de gran importancia y sustentan las bases sobre las cuales se ha incluido una nueva mirada a partir de la experiencia en el desarrollo de Turismo Comunitario.

Cambio de denominación de Turismo Rural Comunitario a Turismo Comunitario

El cambio de denominación de “Turismo Rural Comunitario” a “Turismo Comunitario” responde principalmente a cuatro razones:

- i. La estrategia centrada en el visitante requiere comprender la motivación y necesidades del visitante actual y las tendencias del mercado a fin de comunicar de forma clara y efectiva las experiencias de viaje que brinda el Turismo Comunitario, por lo que es importante contar con una marca con identidad que conecte al viajero y transmita emotivamente los atributos, valores y la promesa de las experiencias, posibilitando su posicionamiento.
- ii. Evitar confusión con otros productos turísticos que se ofrecen en el mercado internacional, como turismo rural en el cual el producto principal de venta no contempla el sentido comunitario.



- iii. Turismo Comunitario es el término común más empleado por los turistas y operadores de viaje en Francia y Alemania, evidenciando un mayor posicionamiento en el mercado¹⁹. Asimismo, con base en un análisis sobre el posicionamiento web de la marca Turismo Rural Comunitario²⁰, se evidenció que Turismo Sostenible y Turismo Comunitario eran las palabras claves más buscadas en Internet en castellano en 2014. En relación a las búsquedas en el idioma inglés, resaltó el término Turismo Sostenible y dentro de las cinco palabras clave no se evidenció el uso del término Rural, factor a considerar ya que uno de los principales mercados de Turismo Comunitario es el anglosajón. Además, a nivel internacional la mayoría de países vecinos (Colombia, Ecuador, Bolivia, República Dominicana y Guatemala) emplean la denominación Turismo Comunitario como estrategia de mercado.
- iv. Turismo Comunitario pretende enfatizar en la palabra “comunitario” porque permite abordar colectivamente acciones transformadoras en la búsqueda de un bien común a través de la revaloración de conocimientos basados en la sabiduría ancestral, a su vez esta palabra se articula con el enfoque participativo que busca promover la sinergia entre los actores involucrados e impulsar de manera conjunta el desarrollo de Turismo Comunitario.

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

1.4. FINALIDAD DE LOS LINEAMIENTOS

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



¹⁹ Evaluación sobre el Turismo Rural Comunitario en el Perú– PromPerú 2016.

²⁰ Turismo Rural Comunitario Estrategia de Posicionamiento Web, 2015.

II. LINEAMIENTOS PARA EL DESARROLLO DE TURISMO COMUNITARIO EN EL PERÚ

2.1. CONCEPTUALIZACIÓN DE TURISMO COMUNITARIO

2.2.1. Concepto de Turismo Comunitario

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

2.2.2. Estrategia de Turismo Comunitario

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

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

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

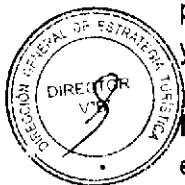
Cabe aclarar que las comunidades pueden ser nativas, indígenas u originarias, campesinas, pueblos afroperuanos u otros grupos de base comunitaria que persiguen fines colectivos relacionados a la conservación de su patrimonio cultural y/o natural.

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

2.2. OBJETIVOS DE TURISMO COMUNITARIO

Objetivo general:

Contribuir al desarrollo de un turismo sostenible desde las comunidades con vocación turística, ubicadas en medios rurales en los principales destinos turísticos del país, a



través de productos competitivos, sostenibles e innovadores diseñados hacia un mercado objetivo, que genere un dinamismo socioeconómico y una mejora de la calidad de vida de sus poblaciones locales.

Objetivos específicos:

- a. Fortalecer la gestión de Turismo Comunitario a través de sus organizaciones de base comunitaria.
- b. Promover el fortalecimiento, desarrollo y consolidación de productos de Turismo Comunitario para ser competitivos y sostenibles.
- c. Posicionar los productos de Turismo Comunitario en los diferentes mercados.
- d. Fortalecer la gobernanza de Turismo Comunitario a través de la Política Institucional.

2.3. ENFOQUE TRANSVERSAL DE TURISMO COMUNITARIO

Este posicionamiento permite tener una mirada holística de la actividad turística a través de concepciones que han sido incorporadas paulatinamente a partir de las lecciones y experiencias aprendidas en el desarrollo de Turismo Comunitario. En ese sentido, el enfoque permite guiar y evaluar el quehacer cotidiano y los métodos de trabajo de los diversos actores, con la finalidad de promover una mayor coherencia y alineación entre los discursos y las prácticas, a fin de alcanzar los objetivos de Turismo Comunitario, para lo cual se han identificado los siguientes enfoques:

- **Enfoque de base comunitaria:** enfatiza el trabajo colaborativo y organizado entre los diferentes miembros de la comunidad, que bajo una visión compartida y sus propios modelos de gestión, orientan sus conocimientos, saberes tradicionales y procesos creativos en la búsqueda de un bien común de manera sostenible a través del turismo. De esta manera, a pesar que la configuración de las comunidades está cambiando, el sentido de comunalidad²¹ y colectividad son las bases para el fortalecimiento del capital social y tejido comunitario. Bajo este enfoque, las familias definen sus prácticas, relaciones comunitarias ancestrales y actividades cotidianas manteniendo la identidad cultural y buscando su transmisión generacional. En este proceso resalta la participación y el involucramiento de las familias en la actividad turística.
- **Enfoque Territorial:** resalta el uso responsable, óptimo y equilibrado del territorio dentro de la comunidad, que asegure la sostenibilidad de la actividad turística en los territorios, mitigando cualquier impacto desmedido o negativo que ponga en peligro el patrimonio cultural y natural, y que permita que las familias convivan en armonía con el entorno. Esta visión amplía la conciencia crítica y colectiva acerca de la importancia de la conservación del entorno ambiental local y su impacto en lo global.
- **Enfoque Intercultural:** las comunidades habitan y comparten espacios activos con diversas identidades, por tanto, la interculturalidad comprende la



²¹ La comunalidad como una perspectiva antropológica hace referencia a una mentalidad colectiva que permite la comprensión integral de los modos de vida tradicionales, sus estructuras y formas de organización social, que redundan en que el ejercicio de una vida comunitaria se proyecte más allá de las comunidades como territorios físicos y adopte formas más intangibles de sentidos de vida.

convivencia basada en el acuerdo y complementariedad, así como el respeto a la identidad y las diferencias culturales entre anfitriones y visitantes de distintos destinos, posibilitando a través de Turismo Comunitario la gestión de encuentros culturales que promuevan el diálogo, la interacción, la valoración de saberes, el intercambio de conocimientos y el enriquecimiento mutuo.

- **Enfoque de mercado:** tiene como principal interés garantizar la sostenibilidad económica de la actividad turística en la comunidad, a través de un comercio justo entre los distintos actores que participan en la cadena de valor del turismo, mediante una oferta de productos turísticos diseñados a partir de las características y tendencias actuales del mercado, definidos conforme a los perfiles de los visitantes según sus motivaciones y necesidades reales, contrastándolos con la oferta turística y la vocación del territorio, de manera que la propuesta resulte deseable, factible y viable, y se evite la generación de expectativas en las poblaciones locales.
- **Enfoque de experiencia:** centrado en el visitante, tiene como prioridad desarrollar productos turísticos personalizados y memorables, mediante viajes significantes que aporten sentido y transformen la visión cotidiana de la vida. Se requiere pasar de lo transaccional y tradicional, a lo emocional y experiencial mediante el análisis de las etapas del visitante, a fin de maximizar y enriquecer su viaje a través de experiencias innovadoras basadas en la autenticidad cultural, historia viva y naturaleza única del territorio comunitario.
- **Enfoque de gobernanza:** se basa en reconocer a los emprendedores como sujetos activos y agentes de cambio que tienen la capacidad y el derecho a dialogar y decidir las diversas intervenciones en sus territorios. Así, las comunidades son comprendidas como entidades autónomas, empoderadas y capaces de asegurar el desarrollo de sus emprendimientos. Bajo esta visión, se busca promover espacios participativos y de concertación para la co-gestión de la actividad turística y del territorio, en los cuales, los emprendedores se integren con los demás actores y promoviendo una gobernanza local que contribuya a la generación de sinergias, la articulación intersectorial y multinivel, potencie los esfuerzos compartidos, fortalezca las relaciones de confianza y garantice la sostenibilidad de la actividad turística a través del desarrollo económico social de las comunidades.
- **Enfoque de género:** permite visibilizar y analizar las normas y valores sociales de género de las comunidades, con el fin de identificar las asimetrías y brechas en el acceso y control de los recursos, en los derechos, obligaciones, roles y oportunidades entre hombres y mujeres (niños, niñas y adolescentes) tanto en el plano individual como en el colectivo. Por otro lado, permite reducir y no reproducir desigualdades a través de la creación de mecanismos e instrumentos sensibles al género, adaptadas a las diferencias interculturales de las comunidades. La transversalización de esta perspectiva responde a una cuestión de derechos humanos y es una condición indispensable para la sostenibilidad de Turismo Comunitario.



2.4. INTERVENCIÓN PARA EL DESARROLLO DE TURISMO COMUNITARIO

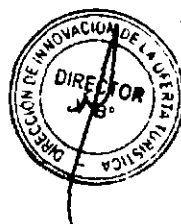
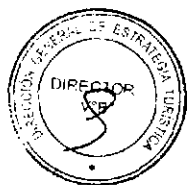
2.4.1. ÁMBITO DE INTERVENCIÓN

El ámbito de intervención son las comunidades con vocación turística asentadas en medios rurales en los principales destinos turísticos del Perú²². Estas poblaciones cuentan con un vasto patrimonio cultural y natural que posibilitan la oferta turística mediante experiencias de viaje con alto grado de autenticidad. Estos espacios son idóneos para el desarrollo de emprendimientos de Turismo Comunitario, los cuales se definen como:

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

En ese sentido, los principales componentes de un emprendimiento de Turismo Comunitario son:

<p>Emprendedor</p>	<p>Poblador de una localidad o comunidad que promueve y dirige un negocio o actividad productiva vinculada a servicios y/o productos turísticos (alimentación, hospedaje, orientación turística, arrieraje, artesanía, entre otros), y que lucha constantemente por alcanzar objetivos propios y comunes; convirtiéndose en gestor de la actividad turística en su territorio y en agente de cambio para su comunidad, bajo un principio de ética y valores comunitarios.</p>
<p>Unidad Productiva</p>	<p>Unidad de negocio con personería natural o jurídica, gestionada por un emprendedor o conjunto de emprendedores, que brindan servicios y/o actividades turísticas de calidad bajo principios de sostenibilidad.</p>
<p>Organización de Base Comunitaria</p>	<p>Es una organización constituida, reconocida y promovida por la propia comunidad que bajo valores comunes y principios compartidos participa y/o lidera la gestión de la actividad turística de su territorio, configurándose bajo un modelo de gestión establecido por los emprendedores, quienes de manera colectiva afrontan desafíos y aprovechan las oportunidades que brinda la actividad turística hacia un desarrollo sostenible, para beneficio de su comunidad.</p>



²² El MINCETUR, a través de la Dirección de Desarrollo del Producto Turístico prioriza destinos turísticos en el Perú con el objetivo que las intervenciones se focalicen y generen un mayor impacto a través de la orientación de recursos a destinos con mayor potencial de arribo de visitantes, los emprendimientos de Turismo Comunitario se ubican en dentro de los principales destinos turísticos del Perú.



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

Por lo tanto, las organizaciones, de acuerdo a la legislación peruana vigente, pueden adoptar por diversas modalidades asociativas en función a sus necesidades específicas. Este proceso responde, principalmente, a un interés por formalizar jurídicamente la actividad de las organizaciones, que a su vez permite fortalecer la organización interna, definiendo los roles y funciones de sus miembros. Estos modelos son gestionados con el liderazgo de sus miembros a través de responsabilidades compartidas y con el espíritu de co-gestión. Además, los tipos no son estáticos ya que cada emprendimiento puede cambiar de modelo de acuerdo a sus necesidades e intereses, a los cambios en las tendencias del mercado y a las dinámicas sociales de la comunidad.

2.4.2. ALCANCE DE INTERVENCIÓN

El alcance de la intervención de la Estrategia de Turismo Comunitario, de acuerdo a sus competencias²³, es a nivel de fortalecimiento de capacidades del emprendedor, lo cual contribuye a mejorar la gestión de sus unidades productivas, sus organizaciones de base comunitaria y las experiencias turísticas. Así, los servicios que transfiere el MINCETUR al emprendedor son: capacitaciones, asistencia técnica y monitoreo, pasantías, participación en jornadas de comercialización y encuentros nacionales, entre otros relacionados.

En relación a la intervención en los servicios turísticos públicos, la Estrategia de Turismo Comunitario no cuenta con las competencias directas para realizar intervenciones que comprendan acciones de inversión pública sobre instalaciones y recursos turísticos públicos de responsabilidad funcional del Sector. Sin embargo, existen otros actores claves de Turismo Comunitario como los gobiernos locales y regionales que sí cuentan con dichas competencias, bajo esta situación los presentes lineamientos pretenden guiar dichas intervenciones que deben de responder al marco normativo²⁴ vigente.

En ese sentido, el alcance de la intervención de Turismo Comunitario se desarrolla en distintos niveles. Por un lado, se realiza el valor humano de la actividad turística ya que

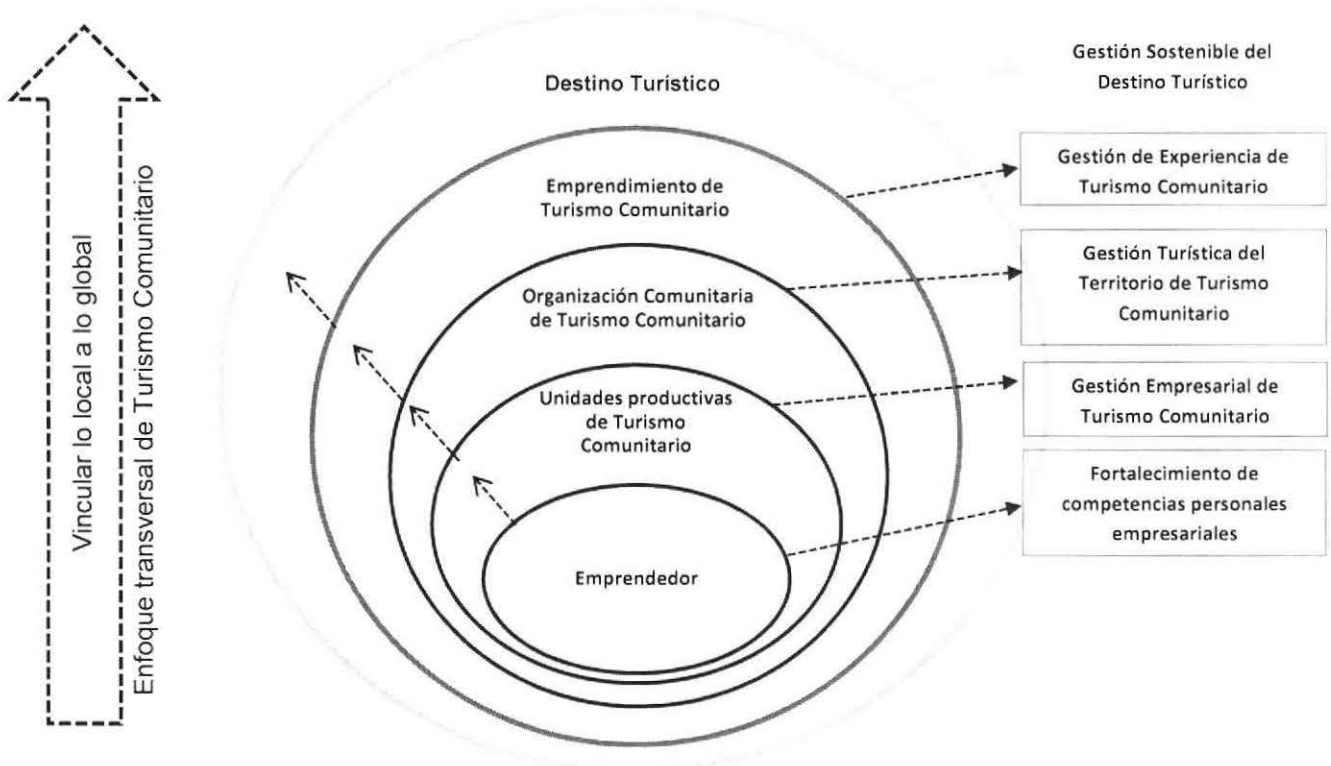
²³ De acuerdo al ROF del MINCETUR, aprobado mediante Decreto Supremo N°005-2002-MINCETUR y modificado con Decreto Supremo N° 002-2015-MINCETUR, la Dirección de Innovación de la Oferta Turística de la Dirección General de Estrategia Turística, con respecto al Turismo Comunitario, tiene entre otras funciones "c) Diseñar, organizar e implementar la estrategia de Turismo Rural Comunitario como mecanismo de inclusión económica y social de las poblaciones locales vinculadas a los destinos turísticos" y "f) Generar, a nivel local, capacidades para la gestión del desarrollo turístico y del manejo empresarial en la prestación de productos turísticos innovadores".

²⁴ En el caso que las intervenciones involucren a una Unidad Productora de Servicios Turísticos Públicos (recursos turístico, acceso directo, centro soporte y Unidad de Gestión Turística) se deberá evaluar la pertinencia de la intervención mediante Invierte.pe, por lo que se deberá tener en cuenta el Programa Multianual de Inversiones del Sector Comercio Exterior y Turismo (Indicadores de brechas, Objetivos y Metas para el cierre de brechas y los Criterios de Priorización de Inversiones).





comprende al emprendedor desde un plano individual, como capital humano, y en el plano colectivo, como parte de una organización de base comunitaria. Por otro lado, se interviene a nivel de las unidades productivas y de la experiencia turística. De esta manera, el accionar en cada nivel responde a determinadas necesidades. El Gráfico 04 muestra el alcance de la intervención en cada espacio y cómo desde lo local se contribuye a la gestión sostenible del destino turístico.

Gráfico 04: Alcance de intervención



Elaboración: Estrategia de Turismo Comunitario, DIOT, DGET, VMT, MINCETUR, 2019

Leyenda

-  La intervención es a nivel del emprendedor, unidad productiva, organización de base comunitaria y emprendimiento.
-  Los emprendimientos de Turismo Comunitario, como parte del destino turístico, contribuyen a una mejor experiencia turística.

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

- **Fortalecimiento de competencias personales empresariales**

Orientado al fortalecimiento de las Competencias Personales Empresariales de los emprendedores. En la medida que los emprendedores tienen la motivación interna (actitudes) y quieren adquirir los conocimientos y habilidades que necesitan para lograr sus metas de negocio, ejecutan su plan de acción con



compromiso, pasión y determinación (actúa, quiere y puede). Es por ello que la intervención recae en el capital humano como factor clave para la sostenibilidad de los emprendimientos de Turismo Comunitario. Así, se promueve la transición de liderazgos en los emprendimientos y el empoderamiento de hombres y mujeres, incluyendo a las nuevas generaciones, con vocación para la gestión turística en sus territorios.

- **Gestión Empresarial**

Orientado a la mejora de la competitividad y sostenibilidad del emprendimiento y/o de las unidades de negocio en función a la construcción de un propósito, visión, objetivos y estrategias compartidas según las características particulares y definidas entre los diferentes miembros que conforman el negocio comunitario para alcanzar beneficios personales y comunes. El alcance involucra los distintos procesos de planificación, gestión, operación y comercialización del negocio comunitario considerando las motivaciones, necesidades y características del mercado compatibilizándolo con los elementos diferenciales que componen la oferta turística comunitaria.

- **Gestión Turística del Territorio**

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

- **Gestión de la experiencia**

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

- **Destino Turístico Sostenible**

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



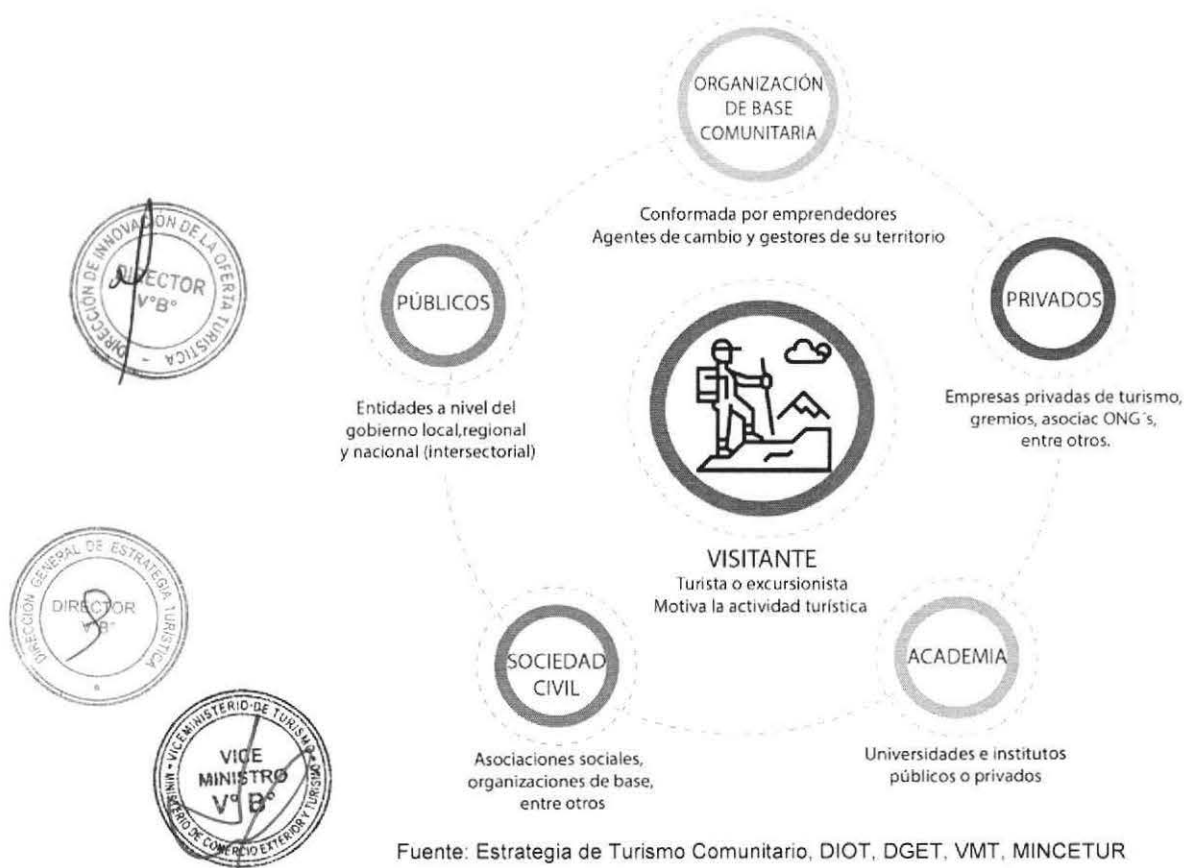
turístico debe estar preparado reuniendo condiciones necesarias para garantizar la sostenibilidad de los emprendimientos de Turismo Comunitario.

2.5. ACTORES Y SU ROL EN TURISMO COMUNITARIO

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, como institución responsable de la actividad turística, promueve la articulación con los diferentes actores públicos a nivel intersectorial y gobiernos sub nacionales, en alianza con el sector privado presentes en las regiones. Así, y en coherencia con el enfoque de Turismo Comunitario, se conciben las relaciones entre los actores desde una perspectiva horizontal y con una clara visión en el mercado. Además, se reconoce que el desarrollo de Turismo Comunitario implica un entorno multi-actor, es decir que los avances son resultados del trabajo de diversas organizaciones de acuerdo a sus espacios de acción suman al logro de los objetivos de Turismo Comunitario.

En ese sentido, el Turismo Comunitario tiene dos visiones claras en relación a los actores. En primer lugar, bajo una cultura centrada en el viajero, el visitante que si bien no se considera un actor se ubica en el centro porque es quien motiva la oferta turística y la sostenibilidad de los emprendimientos depende del grado de alineación a la demanda y de cuanto satisfagan sus necesidades. En segundo lugar, la organización de base comunitaria (conformada por emprendedores) se visualiza como un gestor igual de importante que los demás, siendo un agente de cambio de su territorio. Bajo esta visión, el emprendedor deja de lado la imagen de beneficiario o de receptor pasivo de asistencia y adopta una postura de sujeto activo de la gestión turística, es el socio principal para el logro de los objetivos de Turismo Comunitario. Como se muestra en el Gráfico 05.

Gráfico 05: Actores de Turismo Comunitario



Fuente: Estrategia de Turismo Comunitario, DIOT, DGET, VMT, MINCETUR

De esta manera, se requiere de un trabajo sistemático con las entidades involucradas en la gestión territorial de Turismo Comunitario. Ello demanda una articulación a nivel institucional e interinstitucional, en el marco de las competencias de cada sector, a través de espacios de coordinación y concertación que posibilitan que los gestores²⁵, a través de sus diversos roles, competencias e intereses, interactúen fortaleciendo la gobernanza en la co-gestión de Turismo Comunitario.

Por tanto, los presentes lineamientos son comunes a los diversos gestores que intervienen en el desarrollo de Turismo Comunitario, a continuación se han determinados algunos ámbitos de intervención de acuerdo a las competencias y espacios de trabajo de los gestores, estos ámbitos permiten guiar, focalizar y alinear el accionar de los actores de Turismo Comunitario:

ACTORES	ÁMBITOS DE ACCIÓN
<p>Organización de base comunitaria</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Promover una mayor autonomía de las comunidades en la gestión de Turismo Comunitario, adoptando una visión empresarial de base comunitaria y aprovechando, de manera sostenible, los diversos activos territoriales. - Mejorar la articulación entre organizaciones de base comunitaria y los diversos gestores del turismo para mejorar la gobernanza de Turismo Comunitario.
<p>Organizaciones públicas</p>	<ul style="list-style-type: none"> - MINCETUR, como ente rector del sector turismo lidera la gestión del Turismo Comunitario a través de la Estrategia, generando marcos normativos y política pública que impulse su desarrollo y fortalecimiento. Además fomenta el fortalecimiento de la gobernanza con todos los gestores territoriales. - Otros sectores del Gobierno Nacional, se requiere de una articulación del sector turismo con otros sectores de la economía que están involucrados en el desarrollo de Turismo Comunitario como el sector ambiente y cultura. - Los gobiernos locales, tanto las municipalidades distritales como provinciales, pueden fortalecer el Turismo Comunitario mediante proyectos de inversión en el desarrollo de infraestructura, instalaciones turísticas, entre otros. Además pueden regular la actividad turística en las comunidades mediante ordenanzas que aseguren un desarrollo y crecimiento equilibrado con el entorno natural y el cuidado del patrimonio cultural. Asimismo, promover otros mecanismos de inversión que permitan que las municipalidades trabajen de manera muy cercana y coordinada con los emprendimientos asentados en sus territorios. - Los gobiernos regionales tienen la posibilidad de generar incentivos mediante fondos concursales que promuevan el incremento y la mejora de la competitividad de Turismo Comunitario A través de la DIRCETUR o GERCETUR, liderar y gestionar la actividad turística en cada región en coordinación con el MINCETUR, promoviendo e impulsando proyectos de desarrollo a fin de cerrar las brechas que permitan un desarrollo sostenible de la actividad turística.

²⁵ Un gestor es una asociación u organización local, gobierno regional y/o local, institución técnica de apoyo (ONG) u otro grupo de personas organizadas formalmente, que gestionan el desarrollo de turismo comunitario en un espacio territorial determinado promoviendo la participación de las poblaciones locales, Lineamientos Básicos para la Formulación de Proyectos de Inversión Pública en Emprendimientos de Turismo Comunitario, Ministerio de Economía y Finanzas en coordinación con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo



<p>Organizaciones privadas</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Los operadores y prestadores de servicios turísticos, pueden emplear los presentes lineamientos para fomentar el desarrollo y el comercio justo en toda la cadena de valor de Turismo Comunitario. También, desde la visión del mercado, pueden establecer estrategias, de la mano con los otros actores, para fortalecer la oferta, diversificar los productos turísticos y generar mayores ingresos en el destino turístico. Además, tienen la posibilidad de establecer espacios de diálogo y negociación entre la oferta y la demanda. - Las organizaciones privadas con fines de lucro pueden impulsar el fortalecimiento de emprendimientos destinando acciones a través de la responsabilidad social y ambiental, para consolidar los emprendimientos de Turismo Comunitario y contribuir a la conservación ambiental y cultural, y mejora de la calidad de vida de las poblaciones locales. - Las organizaciones privadas sin fines de lucro como ONG o Fundaciones, contribuyen con el desarrollo de proyectos y programas que permitan consolidar los emprendimientos de Turismo Comunitario, es por ello que se requiere alinear dichas propuestas al presente planteamiento a fin de ser más eficientes con el uso de los recursos de cooperación internacional o fondos provenientes de diversas donaciones.
<p>Organizaciones académicas</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se resalta a la Academia como un actor de interés con gran potencial para entablar alianzas que promuevan el desarrollo de Turismo Comunitario en las regiones a través de investigaciones científicas, prácticas profesionales e intercambios de experiencias entre estudiantes y emprendedores que generen conocimientos que busquen soluciones a problemas actuales y futuros que permitan aprovechar el potencial para el desarrollo de Turismo Comunitario en cada región.
<p>Organizaciones de la sociedad Civil</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Las organizaciones de la sociedad civil pueden contribuir en aspectos de sensibilización a la sociedad en cuanto a los impactos y los beneficios de Turismo Comunitario. Además, de la labor de incidencia política para la mejora de las condiciones de desarrollo de la actividad turística.

En ese sentido, el MINCETUR promueve el trabajo coordinado con los gobiernos locales y regionales en el marco de las competencias y la transferencia de funciones²⁶. En cuanto a las entidades privadas y organizaciones de sociedad civil²⁷ las acciones se establecen a través de procesos de reconocimiento y de concertación. Además, el tener claro que cada actor contribuye al desarrollo de Turismo Comunitario permite alinear, aclarar y organizar las intervenciones de manera coordinada con los otros gestores, ellos permite complementar las competencias y generar mejores resultados. Es importante mencionar que los ámbitos descritos son generales y que las intervenciones pueden ser más diversas, siempre y cuando estén enmarcadas en los presentes lineamientos y apunten al logro de los objetivos que persigue el Turismo Comunitario.

²⁶ Anexo 4: Matriz de reconocimiento de competencias de los gobiernos regionales y locales que permitirán fortalecer el desarrollo de Turismo Comunitario.

²⁷ Las organizaciones sociales de base territorial o temática, aquellas cuyos miembros residen mayoritariamente dentro de ámbito local, como las mesas de concertación y cualquier otra agrupación social representativa en la localidad; y los Organismos e Instituciones Privadas son las demás entidades privadas promotoras del desarrollo, tales como universidades, colegios profesionales, asociaciones civiles, organizaciones no gubernamentales de desarrollo, cámaras de comercio, organismos de cooperación técnica internacional. – Adaptado de Ordenanza Municipal N° 308-MDCH, 2017.



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

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

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

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

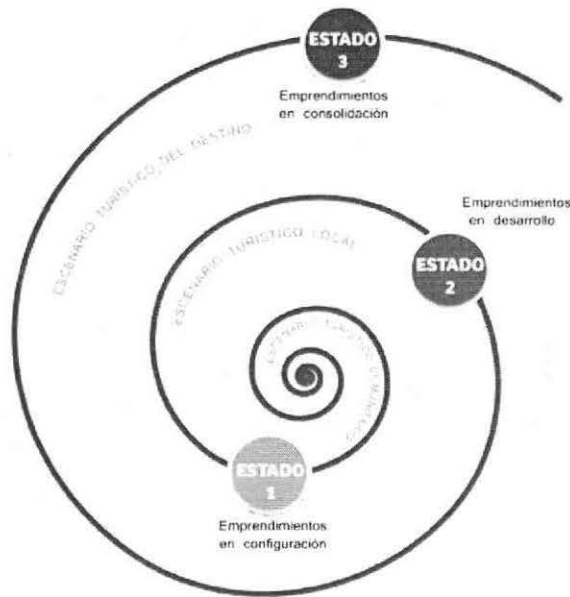
2.6. SISTEMA DE EVOLUCIÓN DE LOS EMPRENDIMIENTOS

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

El Gráfico 06 muestra el sistema de evolución de los emprendimientos. Cada estado representa un hito concreto, un momento de cambio que materializa una sucesión de procesos acumulativos de conocimientos y capacidades. Es decir, los resultados del trabajo constante de los emprendedores producen efectos tangibles e intangibles que se van visibilizando a través de nuevos modelos de gestión del territorio y de experiencias turísticas innovadoras. En definitiva, el sistema evidencia cómo los emprendimientos maduran e ingresan a nuevos escenarios turísticos, en el cual se relacionan, cada vez más, con otros actores del territorio propiciando espacios de gobernanza.



Gráfico 06: Estados de los emprendimientos de Turismo Comunitario



Elaboración: Estrategia de Turismo Comunitario, DIOT, DGET, VMT, MINCETUR, 2019

Asimismo, se evidencia que los emprendimientos se originan de diversas maneras y bajo múltiples intereses, en estos procesos la comunidad puede ser auto gestionada o estar acompañada por otros gestores del territorio. Una vez originado el emprendimiento se inician dinámicas que impulsan su crecimiento y la búsqueda de propósitos alineados a los objetivos de Turismo Comunitario. Es en este momento, que la Estrategia de Turismo Comunitario evalúa la posibilidad de acompañar a los emprendimientos que tengan las condiciones mínimas para ser considerados Turismo Comunitario. Es decir, el MINCETUR no promueve la generación de emprendimientos, sino el fortalecimiento y acompañamiento de aquellos que tienen el potencial y la vocación turística para desarrollarse.

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

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

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



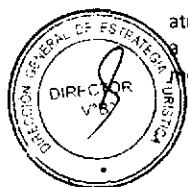
El siguiente cuadro, presenta una descripción situacional que pueden a través los emprendimientos de Turismo Comunitario en cada estado de evolución.

Estado	Situación de los emprendimientos en cada estado
<p>En Configuración</p>	<p>Cuentan con una organización de base comunitaria y unidades productivas en proceso de formalización. El capital humano ha recibido escasa capacitación y/o asesoría técnica en turismo, la gestión del emprendimiento es empírica, escasas herramientas de planificación y gestión turística. La oferta turística está articulada al atractivo turístico ícono de la localidad pero el producto turístico está en proceso de estructuración. Además, las facilidades e instalaciones turísticas para la práctica de actividades son limitadas, hay una escasa accesibilidad y seguridad.</p> <p>En relación a la demanda, cuentan un flujo turístico inicial con potencial de crecimiento pero no logran identificar y caracterizar sus segmentos de mercado. Las estrategias de articulación comercial del producto son limitadas. A pesar de ello, el compromiso de los miembros de la organización favorece la reinversión de capital para promover la mejora continua de la calidad de la oferta. A nivel social están involucrados en espacios de participación de la comunidad y buscan acciones de colaboración. La infraestructura, aún presenta condiciones de accesibilidad, conectividad, telecomunicación y de servicios básicos mínimas.</p>
<p>En desarrollo</p>	<p>Cuentan con una organización de base comunitaria debidamente formalizada y con unidades productivas en proceso de formalización. El capital humano ha recibido capacitación y/o asesoría técnica en turismo, cuentan, por lo menos, con un instrumento de gestión turística. La oferta turística está articulada al atractivo turístico ícono de la localidad y el producto turístico está medianamente estructurado. Existen facilidades e instalaciones turísticas que aseguran la integridad del visitante. Desarrollan buenas prácticas para la conservación del patrimonio cultural y natural.</p> <p>Existe un compromiso por la reinversión de capital para asegurar la sostenibilidad del emprendimiento y el beneficio a su comunidad. Desarrolla ciertas estrategias de articulación comercial (tradicional y digital). En cuanto a la demanda, cuenta con un flujo turístico marcado por temporadas, registran a los visitantes y están en proceso de identificar sus segmentos de mercado. La organización, además del vínculo con la comunidad, buscar generar alianzas estratégicas con otros actores. La infraestructura presenta condiciones de accesibilidad, conectividad, telecomunicación y de servicios básicos mejoradas.</p>
<p>En consolidación</p>	<p>Cuentan con una organización de base comunitaria y unidades productivas debidamente formalizadas²⁸. El capital humano ha recibido capacitación y/o asesoría técnica en turismo, implementan instrumentos de gestión turística. Cuenta con estándares de calidad, la oferta turística es diversificada y está articulada al atractivo turístico ícono de la localidad, el producto turístico está estructurado²⁹ y su propuesta principal de venta es auténtica. Las facilidades e instalaciones turísticas son adecuadas, accesibles y seguras. Desarrollan buenas prácticas para la conservación del patrimonio cultural y natural.</p> <p>La organización cuenta con una visión empresarial y apuesta por la reinversión para su beneficio y el de su comunidad. Desarrolla estrategias de articulación comercial (digital y tradicional). Cuenta con un flujo turístico constante, registra el flujo de visitantes constantemente, los segmentos de mercado están definidos y miden la</p>



²⁸ Una organización está debidamente formalizada cuando cuenta con una denominación social ante la SUNARP, está registrada en la SUNAT y cumple con la tributación, su marca y/ patentes están registrados en INDECOPI, y de acuerdo a la naturaleza de los servicios que ofrece, cuenta con autorización de las instituciones correspondientes (Municipalidades, DIGESA, entre otros).

²⁹ Un producto turístico está estructurado cuando el conjunto de sus componentes tangibles e intangibles, que incluyen atractivos, actividades turísticas, infraestructura y valores simbólicos, se encuentran claramente definidos, articulados y adaptados a determinadas necesidades de un mercado objetivo. Un producto turístico debidamente estructurado podrá satisfacer las motivaciones y expectativas de los visitantes.



Estado	Situación de los emprendimientos en cada estado
	satisfacción de los visitantes. La organización está cohesionada y posibilita la participación de jóvenes y mujeres, está articulada a la comunidad y es reconocida por la misma, cuenta con alianzas estratégicas con otros actores. Las condiciones de accesibilidad, conectividad, telecomunicación y de servicios básicos son óptimas.

Cabe resaltar, que esta descripción de la situación en cada estado características antes descritas pretender ser parámetros flexibles que deberán acondicionarse al contexto y a las dinámicas de las propias comunidades interesadas, permitiendo establecer objetivos progresivos acorde a la realidad, asimismo orientar a los diferentes gestores involucrados en el Turismo Comunitario dentro de sus competencias a tomar mejores decisiones a fin de lograr un proceso evolutivo continuo y de adaptación en la búsqueda de la consolidación y la sostenibilidad de los emprendimientos de Turismo Comunitario.

2.7. CONDICIONES MÍNIMAS PARA EL DESARROLLO DE TURISMO COMUNITARIO

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

CONDICIONES	DESCRIPCIÓN DE LAS CONDICIONES
Vocación Turística	Deberá desarrollarse en un medio rural con vocación turística, vinculado por lo menos a un recurso y/o atractivo turístico ancla ³⁰ que genere motivación y desplazamiento de visitantes, y que forme parte de un destino, ruta, corredor o circuito turístico priorizado de la región.
Organización de base comunitaria	Deberá partir del interés de pobladores de una determinada comunidad y de su disposición de participar de manera activa y directa en el desarrollo de la actividad turística, siendo liderada por una organización de base comunitaria, reconocida por su población para que lo represente y que contribuya en la gestión turística de su territorio, con la apertura al trabajo en equipo, el involucramiento de jóvenes y mujeres que asegure la continuidad y la transición de liderazgos a las nuevas generaciones para beneficio de la misma.

³⁰ "Es aquel atractivo principal que por sus características y atributos propios, constituye el "eje" que motiva la decisión de viaje". De acuerdo a la Guía de elaboración del PERTUR.



CONDICIONES	DESCRIPCIÓN DE LAS CONDICIONES
Facilitación Turística ³¹	<p>Contempla las instalaciones físicas que se relacionan directamente con el recurso o atractivo turístico, así como la planta turística, equipamiento y recursos humanos necesarios para el desarrollo de los servicios y actividades turísticas.</p> <p>En relación a la infraestructura, comprende el conjunto de elementos básicos necesarios para el funcionamiento de un centro poblado urbano o rural, su existencia es vital para el desarrollo del turismo. Entre ellos se considera el transporte, servicios básicos, comunicaciones, así como los servicios complementarios (bancos, cajeros, comercio, servicios de esparcimiento, entre otros), de acuerdo a la realidad y el contexto de las comunidades que garantice la accesibilidad, seguridad e integridad del visitante.</p>
Demanda	<p>Deberá contar con flujo de visitantes a la comunidad o evidenciar un flujo de visitantes al recurso/atractivo turístico ancla, o al centro soporte (ciudad principal), a fin que garantice la sostenibilidad del emprendimiento. En esta condición también se evaluarán las características de la demanda teniendo en cuenta los criterios de: tipo de oferta turística, segmentos del mercado, temporalidad, capacidad de carga de los atractivos turísticos, entre otros relacionados.</p>
Patrimonio Cultural y Natural	<p>La comunidad con un patrimonio cultural (material e inmaterial), y/o natural, que forme la base de su desarrollo sociocultural, deberá evidenciar prácticas orientadas al uso responsable y eficiente de los recursos naturales, así como a la conservación de sus tradiciones y costumbres auténticas a través de las prácticas cotidianas y contemporáneas, los cuales contribuirán a que el visitante tenga una experiencia de viaje real.</p>
Propuesta del producto turístico	<p>De acuerdo a la vocación turística, deberá identificar una idea o propuesta de valor innovadora que configure su producto turístico, este deberá contar por lo menos con actividades y/o servicios turísticos adecuados al contexto local, basados en los conocimientos, valores y destrezas tradicionales de la comunidad, y deberá estar conectado a un atractivo turístico ancla de la zona.</p>

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

³¹ De acuerdo a la Guía para la Elaboración del Plan Estratégico Regional de Turismo – PERTUR, se refiere a las Instalaciones turísticas, planta turística, servicios y actividades turísticas, además de la infraestructura, servicios básicos y complementarios.



2.8. BENEFICIOS DE TURISMO COMUNITARIO

El impacto del turismo en la vida de la población responde a su potencial para dinamizar la economía, crear conciencia, permitir experiencias que mejoren conductas ciudadanas, aportar a la conservación del patrimonio natural y cultural e incluir económica y socialmente a poblaciones que por años han carecido de oportunidades, a través del desarrollo sostenible de emprendimientos de Turismo Comunitario. En el año 2018, de acuerdo al MINCETUR, los emprendimientos de la Estrategia de Turismo Comunitario recibieron 349 087 visitantes nacionales y extranjeros los cuales generaron 5 033 508 soles, lo cual ha impactado directamente en la vida de las comunidades que desarrollan este tipo de actividad.

En este marco, la Organización Mundial del Turismo, desde 1999 promueve el desarrollo del turismo responsable y sostenible a través del **Código Ético Mundial para el Turismo**, que consta de diez principios que orientan a los principales actores del desarrollo del turismo con el objetivo de *"ayudar a maximizar los beneficios del sector, minimizando a la vez sus posibles consecuencias negativas para el medio ambiente, el patrimonio cultural y las sociedades de alrededor del mundo"*.

Asimismo, la Asamblea General de las Naciones Unidas en septiembre del 2015 en el marco de la Agenda 2030 aprueba 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible estableciendo así una visión transformadora hacia la sostenibilidad económica, social y ambiental de los 193 Estados Miembros, constituyéndose como la hoja de ruta de trabajo de las instituciones.

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

Imagen 02: Objetivos de Desarrollo Sostenible



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

	Beneficios de Turismo Comunitario	Contribución a los ODS
Económicos	<ul style="list-style-type: none"> Las actividades del sector turismo son actividades económicas que se integran a la economía local. Diversifica las cadenas de valor al interior de las comunidades y genera ingresos adicionales. Favorece la generación de autoempleos y/o empleos y las oportunidades de desarrollo económico. Promueve que se minimice la migración del campo a la ciudad. 	<p>ODS 8: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos</p> <p>Meta 8.9: de aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.</p>
Sociales	<ul style="list-style-type: none"> Promueve la asociatividad vinculada a formas de organización social. Mantiene una vinculación estrecha con la vida de la comunidad. Facilita el conocimiento de otras formas de vida enriqueciendo la propia. Fomenta la participación activa de jóvenes y personas de tercera edad. Fomenta el empoderamiento de la mujer, el liderazgo y participación activa en la gestión turística de los emprendimientos. Fomenta el respeto y conservación de las normas y códigos de convivencia de cada comunidad. Promueve la mejora de infraestructura y servicios, contribuyendo a la mejora de la calidad de vida de la población local. Promueve la vinculación de lo local a lo global, recuperando y preservando las manifestaciones y el folclore de la comunidad. Permite la valoración de la pluriculturalidad, el multilingüismo. Promueve el fortalecimiento de la identidad cultural y pertenencia de las comunidades y su legado histórico, al entender la importancia que otras personas (visitantes) le dan a los mismos. Afianza los lazos entre el poblador y su patrimonio inmaterial – intangible, generando mayor entendimiento, arraigo y respeto por sus patrones culturales. Promueve e incentiva la investigación y conocimiento. Partiendo de un enfoque de interculturalidad educa y genera cambios conductuales en los visitantes, en especial en el mercado nacional. 	<p>ODS 05: Lograr la igualdad entre los géneros.</p> <p>Meta 5.5: asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública.</p> <p>ODS 10: Reducir la desigualdad en y entre los países.</p> <p>Meta 10.2 De aquí a 2030, potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición</p> <p>ODS 4: Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.</p> <p>Meta 4.7. (...) educación para el desarrollo sostenible y los estilos de vida sostenibles, los derechos humanos, la igualdad de género, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la ciudadanía mundial y la valoración de la diversidad cultural y la contribución de la cultura al desarrollo sostenible</p> <p>Asimismo, se contribuye al ODS 16 mediante el respeto de la diversidad cultural, el intercambio y el entendimiento entre diversas identidades promoviendo sociedades más pacíficas y justas. Al ODS 13, ya que revaloriza saberes ancestrales en relación al cuidado y manejo de los ecosistemas y recursos naturales.</p>
Culturales		

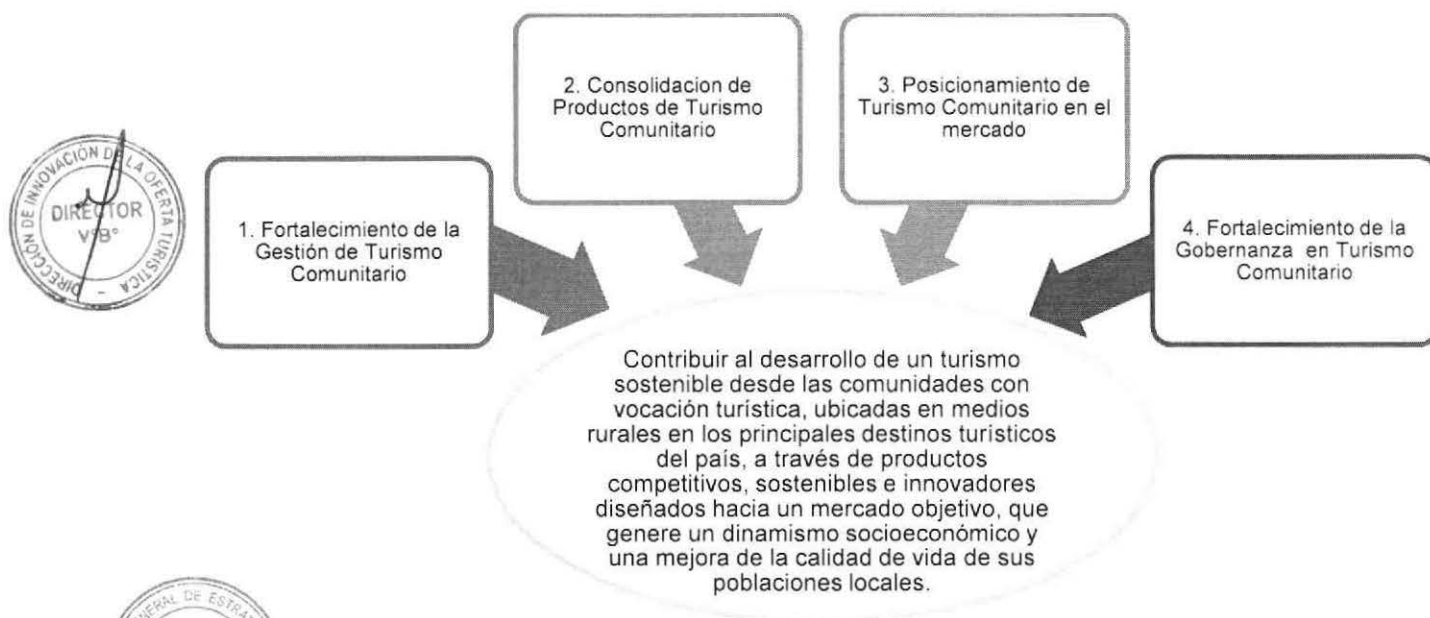


Ambientales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Promueve la conservación y uso responsable de los recursos naturales. ▪ Propicia la armonía en la interacción equilibrada del hombre con su medio. ▪ Promueve la planificación del territorio como parte del desarrollo sostenible. ▪ Estrecha y sostiene activo los vínculos entre el poblador y su territorio rural - natural, fortaleciendo su sentido de pertenencia y la conciencia ambiental. 	<p>ODS 15: adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos; y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y frenar la pérdida de la diversidad biológica.</p> <p>ODS 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenible. Meta 12.10, elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.</p>
--------------------	--	--

2.9. EJES PARA EL DESARROLLO DE TURISMO COMUNITARIO

Con el objetivo de contribuir al desarrollo de Turismo Comunitario, con base en los presentes Lineamientos, se proponen cuatro (04) ejes esenciales, los cuales establecen orientaciones que contribuirán, bajo un trabajo articulado e integral, a alcanzar los objetivos establecidos y compartido por los diversos actores del territorio

Gráfico 07: Ejes Esenciales



Elaboración: Estrategia de Turismo Comunitario, DIOT, DGET, VMT, MINCETUR, 2019



2.9.1. EJE 01: FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN DE TURISMO COMUNITARIO

Orientado a contar con emprendimientos comunitarios sostenibles, innovadores y competitivos, mediante el fortalecimiento de los procesos de planificación y gestión de sus organizaciones de base comunitaria, en concordancia con los enfoques que persigue la Estrategia, promoviendo a su vez el compromiso y la articulación con los distintos gestores público – privado del territorio, de manera que aseguren una gobernanza turística local.

Implica considerar:

- Diagnóstico del territorio, la oferta turística y la demanda
- Análisis de las organizaciones de base comunitaria y los actores locales
- Implementación de planes de gestión comunitario
- Diseño de instrumentos de monitoreo y evaluación de impacto de Turismo Comunitario
- Fortalecimiento capacidades de los emprendedores y gestores en la planificación y gestión de Turismo Comunitario a través de procesos de mejora continua
- Asistencia técnica en la gestión de marco tributario comunitario.
- Reinversión de fondos comunitario para la gestión t De la actividad turística en el territorio.
- Propiciar alianzas comunitarias con los diferentes gestores, promoviendo la gobernanza y sinergias.
- Seguimiento y monitoreo
- Realizar programas de sensibilización a la población local, emprendimientos y los gestores locales en el manejo adecuado, buenas prácticas y uso sostenible de los activos ambientales del territorio.
- Impulsar campañas para la preservación y protección del patrimonio cultural tangible e intangible, de manera coordinada con los gestores.
- Fomentar y difundir los valores y principios éticos para el desarrollo turístico tanto a los emprendedores, operadores y gestores turísticos.
- Fortalecer la identidad cultural en la población local.

2.9.2. EJE 02: CONSOLIDACIÓN DE PRODUCTOS DE TURISMO COMUNITARIO

Orientado a consolidar los productos de Turismo Comunitario competitivos y sostenibles, con enfoque claro de mercado, aplicando procesos de mejora continua a medida, que maximicen la experiencia del visitante, incrementen la calidad de los servicios, una visión empresarial de la mano con la adecuación equilibrada de los entornos naturales, y manejo equilibrado de los activos territoriales para el desarrollo sostenible de Turismo Comunitario.

Implica considerar:

- Promover procesos de intervención escalonados de acuerdo a sus niveles de desarrollo que oriente a su consolidación.
- Consolidar, ampliar y diversificar la oferta turística en el ámbito rural de acuerdo a las características de la demanda.



- Implementar procesos de innovación en los productos de Turismo Comunitario que generen experiencias memorables en el visitante.
- Incrementar la calidad de los servicios turísticos mediante proceso de mejora continua adecuados a la realidad local.
- Fortalecer las capacidades empresariales y comerciales de los emprendedores garantizando la sostenibilidad y competitividad.
- Establecer procesos de evaluación continua de los impactos del turismo que aporten a una retroalimentación y mejoren la intervención

2.9.3. EJE 03: POSICIONAMIENTO DE TURISMO COMUNITARIO EN EL MERCADO

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

Implica considerar:

- Analizar constantemente las tendencias y los cambios en el mercado para direccionar los productos turísticos. Estrategias de inteligencia de mercado.
- Posicionar los productos turísticos mediante una marca que represente, transmita y conecte la propuesta de valor de Turismo Comunitario.
- Impulsar la articulación comercial a través de diferentes alianzas estratégicas con operadores turísticos, la participación en jornadas, workshops, ferias, etc., para la inclusión de los productos de Turismo Comunitario en los diferentes mercados.
- Aprovechar las herramientas eficaces de comunicación y comercialización acordes a las tendencias tecnológicas de información que privilegia la demanda.
- Promover el desarrollo de nuevos canales de comercialización innovadores de acuerdo a las necesidades de la demanda.
- Comunicar a la audiencia a través de contenidos emocionales en las diferentes plataformas de promoción, que resalten las ventajas competitivas y elementos diferenciales de los productos turísticos.
- Establecimiento de procesos de evaluación y medición de la calidad y la experiencia del visitante.



2.9.4. EJE 04: FORTALECIMIENTO DE LA GOBERNANZA DE TURISMO COMUNITARIO

Se orienta a fortalecer la Política Institucional de Turismo Comunitario a nivel nacional e internacional en la búsqueda de un turismo sostenible, competitivo e inclusivo, mediante el rol protagónico de los emprendedores de las comunidades, el apoyo de los gestores y el acompañamiento técnico del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, generando el posicionamiento del Perú como líder latinoamericano en Turismo Comunitario.

Implica considerar:

- Implementar espacios públicos de dialogo, retroalimentación e intercambio de experiencias entre los diferentes líderes emprendedores, gestores, organismos, instituciones educativas y demás actores comprometidos con el desarrollo sostenible de Turismo Comunitario.
- Promover y acompañar mecanismos de articulación entre actores públicos y privados para el fortalecimiento de la gobernanza en Turismo Comunitario.
- Generar políticas, acuerdos y alianzas entre el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y los diferentes gestores del territorio a fin de complementar esfuerzos, hacer sinergias, determinar responsabilidades y generar mayores impactos en las comunidades.
- Promover mecanismos desde la academia que faciliten la participación y aplicación de estudios de investigación de diferentes disciplinas que contribuyan al desarrollo de los emprendimientos y su comunidad y la colaboración entre el sector académico y las comunidades.
- Articulación para la generación de políticas públicas relacionadas a la normatividad y al sistema tributario para beneficio de los emprendimientos de Turismo Comunitario.
- Incidencia intersectorial para alinear las políticas públicas relacionadas al sector ambiente, cultura y otros que tengan un impacto en el desarrollo de los emprendimientos de Turismo Comunitario.

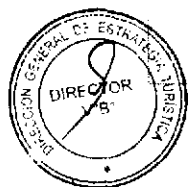


III. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Término	Definición	Fuente
Actividad turística	La destinada a prestar a los turistas los servicios de alojamiento, intermediación, alimentación, traslado, información, asistencia o cualquier otro servicio relacionado directamente al turismo.	Ley N° 29408, Ley General de Turismo
Competitividad	Capacidad que tiene una organización pública o privada, con o sin fines de lucro, de lograr y mantener ventajas que le permitan consolidar y mejorar su posición en el entorno socioeconómico en el que se desenvuelve.	Mincetur (2016) Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR 2025
Comunidades Nativas	Las Comunidades Nativas tienen origen en los grupos tribales de la selva y ceja de selva y están constituidas por conjuntos de familias vinculadas por los siguientes elementos principales: idioma o dialecto; características culturales y sociales; y tenencia y usufructo común y permanente de un mismo territorio con asentamiento nucleado o disperso.	Ley N° 22175, Ley de Comunidades Nativas y de Desarrollo Agrario de la Selva y Ceja de Selva.
Comunidades Campesinas	Son organizaciones de interés público, con existencia legal y personería jurídica, integrados por familias que habitan y controlan determinados territorios, ligadas por vínculos ancestrales, sociales, económicos y culturales, expresados en la propiedad comunal de la tierra, el trabajo comunal, la ayuda mutua, el gobierno democrático y el desarrollo de actividades multisectoriales, cuyos fines se orientan a la realización plena de sus miembros y del país.	Ley N° 24656, Ley de Comunidades campesinas
Cultura	Formas aprendidas de pensar, sentir y hacer, así como sus manifestaciones y producciones, resultado de la relación entre los seres humanos y la naturaleza, que comparte un grupo social, basadas en valores, conocimientos, tradiciones, costumbres, símbolos y otros. Una cultura se construye, cambia y/o resignifica en diálogo con otras culturas.	Ministerio de Cultura (2015).
Destino Turístico	"Un destino turístico es un espacio físico en el que un visitante puede pernoctar al menos una noche. Este incluye productos turísticos considerando servicios de soporte, atractivos y recursos turísticos que son accesibles en el lapso de un viaje de ida y vuelta de un día. El destino tiene límites físicos y administrativos que definen su gestión, así como una imagen y percepciones que definen su competitividad en el mercado. Los destinos turísticos involucran a diversos actores incluyendo generalmente a la comunidad local, y pueden ser la base para formar una red que forme destinos más grandes".	MINCETUR (2016). Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR 2025 OMT (2007). Guía Práctica sobre gestión de destinos turísticos



<p>Diversidad cultural</p>	<p>La "diversidad cultural" se refiere a la multiplicidad de formas en que se expresan las culturas de los grupos y sociedades. Estas expresiones se transmiten dentro y entre los grupos y las sociedades. La diversidad cultural se manifiesta no sólo en las diversas formas en que se expresa, enriquece y transmite el patrimonio cultural de la humanidad mediante la variedad de expresiones culturales, sino también a través de distintos modos de creación artística, producción, difusión, distribución y disfrute de las expresiones culturales, cualesquiera que sean los medios y tecnologías utilizados.</p>	<p>Unesco (consultado 2018)</p>
<p>Experiencias Turísticas</p>	<p>Proceso centrado en vincular emocionalmente al visitante con el entorno y los elementos del viaje mediante el diseño de una vivencia satisfactoria, transformadora y memorable que aporte valor y significado en la persona e invite a ser compartido. La Experiencia Turística define y reorienta las estrategias de la organización en el visitante, permitiendo innovar, dándole valor agregado a los productos turísticos.</p>	<p>Equipo de la Estrategia de Turismo Comunitario.</p>
<p>Experiencia de viaje</p>	<p>Es el resultado obtenido luego de vivenciar un producto turístico, mediante el cual interactúan elementos y aspectos objetivos y subjetivos del entorno. El efecto final luego de efectuado el viaje está asociada a los elementos del entorno sumado a las percepciones propias del turista.</p>	<p>Equipo de la Estrategia de Turismo Comunitario.</p>
<p>Gestor</p>	<p>Un gestor es una asociación u organización local, gobierno regional y/o local, institución técnica de apoyo (ONG) u otro grupo de personas organizadas formalmente, que gestionan el desarrollo de turismo comunitario en un espacio territorial determinado promoviendo la participación de las poblaciones locales.</p>	<p>MEF - Mincetur Lineamientos Básicos para la Formulación de Proyectos de Inversión Pública en Emprendimientos de Turismo Comunitario</p>
<p>Innovación Turística</p>	<p>Es proceso mediante el cual un emprendedor, gestor, empresa u operador turístico pone en uso su capacidad (gestión del conocimiento, pensamiento divergente y creatividad), introduciendo elementos diferenciadores y novedosos para desarrollar nuevos productos y/o servicios, o mejorar los ya existentes; transformándolos en "experiencias turísticas", que satisfagan y respondan a las motivaciones de su público objetivo, generando y entregando así propuestas de valor únicas que destaquen por su singularidad, autenticidad y calidad.</p>	<p>Equipo de la Estrategia de Turismo Comunitario.</p>
<p>Identidad cultural</p>	<p>Sentido de pertenencia a una cultura con características propias que la hacen única y diferente con respecto a otras culturas. Expresa la forma de ser y pertenecer a una cultura.</p>	<p>(Ministerio de Cultura, 2015)</p>



LINEAMIENTOS PARA EL DESARROLLO DE TURISMO COMUNITARIO EN EL PERÚ

Producto turístico	Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos y/o atractivos turísticos, infraestructura, planta turística y actividades recreativas. El producto turístico busca satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia de viaje.	Ley N° 29408, Ley General de Turismo
Pueblos indígenas u originarios	Es aquel pueblo que desciende de poblaciones que habitaban en el país antes de la época de la Colonia y que, cualquiera sea su situación jurídica, conserve todas o parte de sus instituciones sociales, económicas y políticas y que, además, se autoreconoce como tal.	Ministerio de Cultura Base de Datos Oficial de Pueblos Indígenas u Originarios (BDPI)
Turismo	Actividad que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerativa en el lugar visitado.	Ley N° 29408, Ley General de Turismo.
Turismo sostenible	Es el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.	OMT (2006). Por un turismo más sostenible – Guía para responsables políticos
Turista	Cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita, aunque no tenga que pagar por alojamiento, y cuyo principal motivo de viaje es el ocio, u ocupación del tiempo libre; negocios; peregrinaciones; salud; u otra, diferente a una actividad remunerada en el lugar de destino.	Ley N° 29408, Ley General de Turismo.
Visitante	Es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados.	OMT (2010) - Recomendaciones Internacionales para estadística de turismo 2008
Vocación turística	Son las características y potencialidades económicas, sociales, culturales y ambientales que deben considerarse para el análisis óptimo de un territorio y la predisposición del mismo con el desarrollo de la actividad turística de manera sostenible. Asimismo, considera las características inherentes al territorio asociadas a los recursos y/o atractivos turísticos que promuevan la motivación y movilización de los visitantes a la región, así como el involucramiento de la población, del sector público y privado para generar impactos positivos y mejoras en beneficio de la población.	Guía para el cumplimiento de la Meta 38 del Programa de Incentivos a la Mejora de la Gestión Municipal 2017 "Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local", Mincetur (2017)



IV. ANEXOS

4.1. ANEXO 1. EMPRENDIMIENTOS QUE PERTENECEN A LA ESTRATEGIA DE TURISMO COMUNITARIO

El siguiente cuadro muestra los emprendimiento y comunidades por región y zona:

ZONA	REGIONES	EMPRENDIMIENTO	COMUNIDAD / CENTRO POBLADO
Zona Norte	Amazonas	Cocachimba	Anexo Cocachimba
		San Pablo	San Pablo
		Kuelap	Anexo Kuelap
		Leymebamba	Leymebamba
	Cajamarca	Granja Porcon	CA Granja Porcón
		Laguna San Nicolás	CPR. San Nicolás
	Loreto	Rumbo al Dorado	CP. Yarina CP. 20 de Enero
		ANP Alpahuayo Mishana	Alpahuayo Mishana
	Lambayeque	ACP Chaparri	Santa Catalina de Chonyoyape
		ANP Bosque de Pomac	ANP Bosque de Pómac
	San Martín	Tingana	Refugio Tingana
		Cueva Palestina	CPR Palestina
		Sta. Elena	CPR. Sta. Elena
Zona Centro	Ancash	Vicos	CPR Vicos
		Huamacchuco	CPR Huashao
		Unidos Venceremos	CPR Huashao
		Acopalca	San Bartolome de Acopalca
		Llamatreck	CPR Canrey Chico
		Lomas de Lúcumo	CPR Quebrada Verde
	Lima	Laraos	Laraos
		Vilca	Vilca

ZONA	REGIONES	EMPRENDIMIENTO	COMUNIDAD / CENTRO POBLADO
Zona Sur	Cusco	Umasbamba	CPR. Umasbamba
		Misminay	CC. Misminay
		Maras	Maras
		San Isidro	San Isidro
		Huilloc	CPR. Huilloc
		Patacancha	CPR. atacancha
		Chichubamba	CPR. Chichubamba
		Huayllabamba	Huayllabamba
		Janac Chuquibamba	CPR. Janac Chuquibamba
		Huayllafara	CPR. Huayllafara
		Chumpe	CPR. Chumpe
		Huchuyqosqo	CC. Huchuyqosqo
		Cuyo Chico	CPR. Cuyo Chico
		Amaru	CPR. Amaru
		Parque de la Papa	CC. Chahuaytire
			CC. Sacacca
			CC. Paru Paru
Patabamba	CC. Amaru		
	CC. Pampallacta		
		CPR. Patabamba	



		Ccaccacollo	CPR. Ccaccacollo
		Lares Choquecancha	Lares Choquecancha
		Ocongate	CPR. Tinke
		Cuyuni	CPR. Cuyuni
		Ausangate	CC. Osefina
			CC. Chilca
		Raqchi	Raqchi
		Chari	CC. Chari
		Chacan	CPR. Chacan
	Arequipa	Sibayo	Sibayo
		Yanque	Yanque
		Coporaque	Coporaque
		Pinchollo	CPR Pinchollo
		Canocota	CPR Canocota
		Callalli	Callalli
		Tuti	Tuti
	Madre de Dios	Posada Amazonas	CCNN Infierno
		Corredor Tambopata	Corredor Tambopata
	Puno	Taquile	Isla Taquile
		Amantani	Isla Amantani
		Atuncolla	Atuncolla
		Ccotos	Ccotos
		Tikonata	Isla Tikonata
		Paramis	Siate Paramis
		Chifron	Chifron
		Escallani	Escallani
		Llachon	Llachon
		Luquina	Luquina
		Uros	Isla Uros
		Uros Titino	Isla Uros Titino
TOTAL	TOTAL	66 EMPRENDIMIENTOS	72 COMUNIDADES

4.2. ANEXO 2. MARCO POLÍTICO SECTORIAL Y NORMATIVO

Respecto al marco **político sectorial**, es preciso iniciar indicando que en el año 2002 el Estado peruano mediante la suscripción del **Acuerdo Nacional**³² define el rumbo para el desarrollo sostenible del país y la afirmación de su gobernabilidad democrática, dicho Acuerdo consta de 31 de Políticas de Estado elaboradas y aprobadas sobre la base del diálogo y del consenso, luego de un proceso de talleres y consultas a nivel nacional; las misma que están agrupadas en cuatro grandes objetivos:

- Fortalecimiento de la Democracia y Estado de Derecho
- Desarrollo con Equidad y justicia Social
- Promoción de la Competitividad del País
- Afirmación de un Estado Eficiente, Transparente y Descentralizado

Estas políticas de Estado definen los lineamientos generales que orientan el accionar del Estado en el largo plazo a fin de lograr el bienestar de los ciudadanos y el

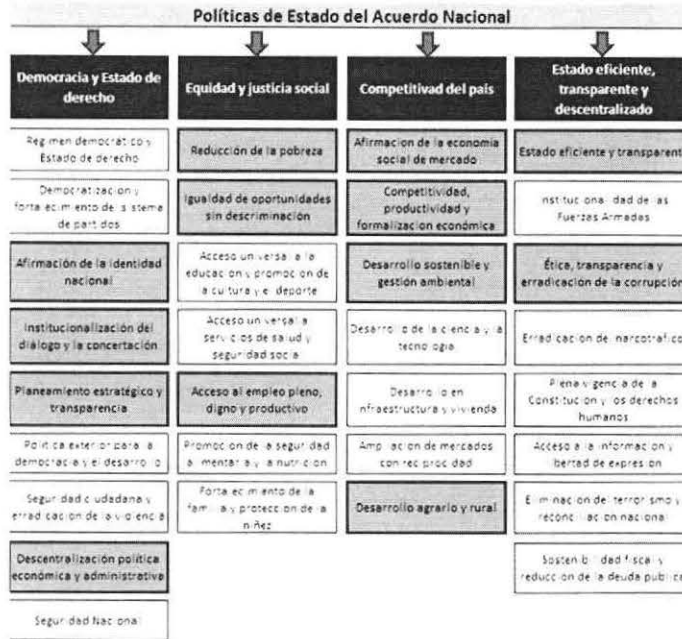
³² Acuerdo Nacional: <http://acuerdonacional.pe/>



desarrollo sostenible del país³³. Las políticas relacionadas con el sector turismo son las que se resaltan en el siguiente gráfico:

Gráfico 01: Política de Estado del Acuerdo Nacional

Fuente: Secretaría Ejecutiva del Acuerdo Nacional



Elaboración: Estrategia de Turismo Comunitario, DIOT, DGET, VMT, MINCETUR, 2019

En ese marco, se desarrolla el **Plan Estratégico de Desarrollo Nacional - Plan Bicentenario**, siendo este el plan de largo plazo que contiene las políticas nacionales de desarrollo que deberá seguir el Perú con miras al 2021. Con base en las Políticas de Estado del Acuerdo Nacional, el Plan Bicentenario tiene seis objetivos:

1. Derechos fundamentales y dignidad de personas
2. Oportunidades y accesos a los servicios
3. Estado y gobernabilidad
4. Economía, competitividad y empleo
5. Desarrollo regional e infraestructura y
6. Recursos naturales y ambiente.



Siendo el turismo transversal, involucra en cierta medida a cada uno de los ejes, en tal sentido, el referido documento resalta la importancia de la actividad turística en el apartado "Concepción estratégica":



Las actividades que se consideran clave para diversificar la estructura productiva y promover las industrias basadas en el conocimiento y la tecnología (...) Están incluidos los servicios de turismo cultural, de aventura y gastronómico, y el servicio de salud y otros que se identificarán en el camino.

³³ Artículo 6° Políticas de Estado, Reglamento que regula las Políticas Nacionales, aprobado por Decreto Supremo N° 029-2018-PCM



En ese sentido, el **Plan Estratégico Sectorial Multianual – PESEM 2016-2022, Sector Comercio Exterior y Turismo, aprobado mediante Resolución Ministerial N° 512-2018-MINCETUR**, se constituye es un instrumento de planificación oficial, articulada y coherente, el cual tiene por finalidad orientar el planteamiento de las estrategias del sector articuladas al Plan Estratégico Nacional Exportador – PENX 2025 y al Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR 2025. Este último es el instrumento de planeamiento y de gestión del sector turismo, de largo plazo en el ámbito nacional, estableciendo su objetivo general de *"Consolidar al Perú como destino turístico competitivo, sostenible, de calidad y seguro, donde a partir de una oferta diversa, lograda con participación de los actores del sector, el turista viva una experiencia única para que se contribuya al desarrollo económico y social del país"*. En este marco, determina cuatro pilares para el desarrollo del sector turismo en el Perú:

- AE 1:** Diversificar y consolidar mercados a través de la inteligencia turística y la priorización de los segmentos especializados.
- AE 2:** Consolidar y desarrollar una oferta turística sostenible con capital humano y productos turísticos especializados de calidad.
- AE 3:** Promocionar la conectividad y las inversiones en turismo para así relacionar de modo eficiente y eficaz el mercado con la oferta turística.
- AE 4:** Generación de capacidades para la institucionalización y consolidación de la actividad turística.

En el artículo 4° de la Ley N° 20408, Ley General de Turismo, sobre la competencia del ente rector, se faculta al MINCETUR para: *"aprobar y actualizar el Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR, así como coordinar y orientar a los gobiernos regionales y locales en materia de turismo, fomentando el desarrollo del turismo social y la implantación de estrategias para la facilitación turística, inversión y promoción del turismo interno y receptivo, entre otras"*

Por otro lado, en el marco **normativo** el MINCETUR, en conformidad a la Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones, es el organismo rector del sector Comercio Exterior y Turismo que tiene como función definir, dirigir, ejecutar, coordinar y supervisar la política de turismo, siendo responsable de promover, orientar y regular la actividad turística con el fin de impulsar su desarrollo sostenible. El artículo 4° de la citada Ley establece los objetivos en materia de Turismo del MINCETUR:

- a) *Promover el desarrollo de la actividad turística como un medio para contribuir al crecimiento económico y al desarrollo social del país, propiciando las condiciones más favorables para el desarrollo de la iniciativa privada y la generación de empleo;*
- b) *Contribuir al proceso de fortalecimiento de la identidad, el respeto a la diversidad cultural, y al proceso de integración nacional y regional, fomentando la conciencia turística;*
- c) *Promover el uso racional y sostenible con fines turísticos del Patrimonio Cultural y Natural de la Nación, procurando la conservación de las formas de vida, costumbres e identidad cultural de las comunidades involucradas en el desarrollo de la actividad turística y la mejora de su calidad de vida;*



- d) *Contribuir al proceso de descentralización nacional, promoviendo la actividad turística a través de los gobiernos regionales y locales, la comunidad organizada y el sector privado;*
- e) *Promover el desarrollo de la actividad artesanal, a través del incremento de la productividad y competitividad de sus agentes, fortaleciendo su identidad y su acceso al mercado nacional y de exportación;*
- f) *Preservar a través de la producción artesanal los valores culturales, históricos y la identidad nacional.*

Asimismo, en conformidad con la citada Ley, se aprueba mediante Decreto Supremo N° 005-2002-MINCETUR el Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y modificado con Decreto Supremo N° 002-2015-MINCETUR, en el literal b) del artículo 4° establece como fin en materia de Turismo "Promover el desarrollo sostenible de la actividad turística, contribuyendo a la generación de empleo y reducción de la pobreza", en conformidad a ello, el artículo 74° establece que la Dirección General de Estrategia Turística es el órgano de línea encargado de formular, coordinar y ejecutar estrategias del sector orientadas al desarrollo de los productos y destinos turísticos, así como a la innovación de la oferta turística; dirigiendo, gestionando supervisando los planes, programas, proyectos y acciones para el desarrollo de los productos y destinos turísticos. En ese marco, a través de la unidad orgánica de la Dirección General de Estrategia Turística, la Dirección de Innovación de la Oferta Turística con respecto al Turismo Comunitario tiene como una de sus funciones c) "*Diseñar, organizar e implementar la estrategia de turismo rural comunitario como mecanismo de inclusión económica y social de las poblaciones locales vinculadas a los destinos turísticos*" y f) "*Generar, a nivel local, capacidades para la gestión del desarrollo turístico y del manejo empresarial en la prestación de productos turísticos innovadores*".

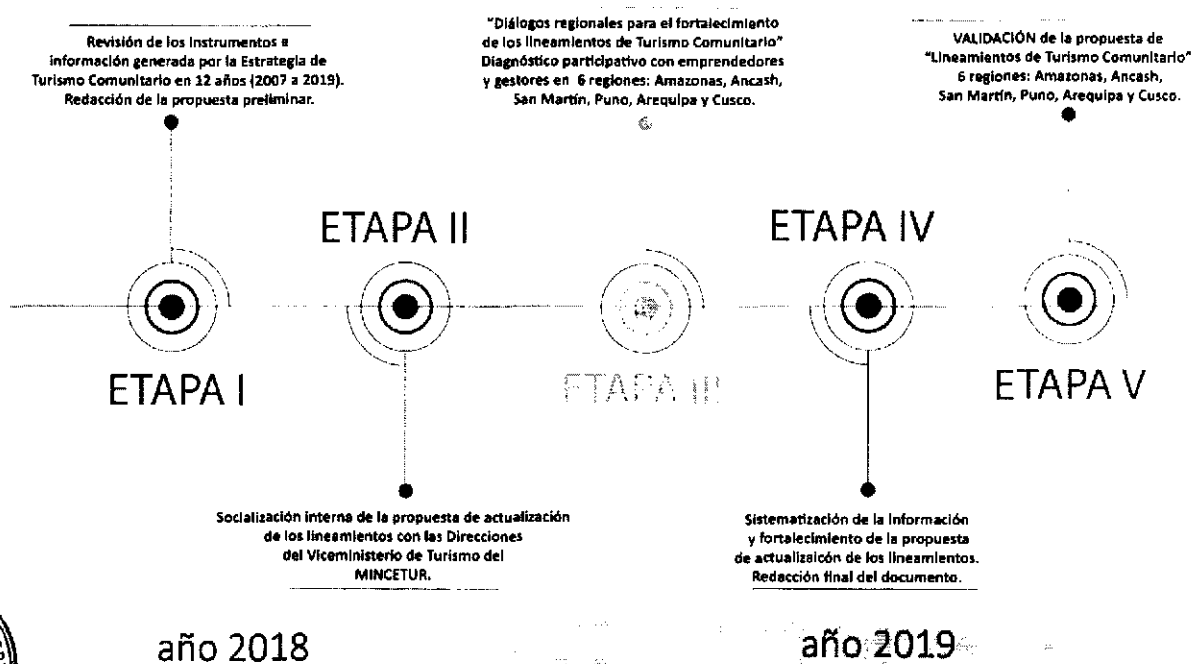
El desarrollo de Turismo Comunitario en el Perú, se alinea a la Ley N° 29408, **Ley General de Turismo** en el que se establece principios básicos a tener en cuenta en la formulación o ejecución de los planes, programas, proyectos y acciones destinados al desarrollo de la actividad turística, dichos principios de la actividad turística señalados en el artículo 3° de la Ley N° 29408, Ley General de Turismo que sustentan el Turismo Comunitario en el Perú son: desarrollo sostenible, inclusión, calidad, cultura turística, identidad y conservación.



4.3. ANEXO 3. PROCESO METODOLÓGICO PARA LA ACTUALIZACIÓN DE LOS LINEAMIENTOS

La metodología empleada para elaborar el presente documento se basa en un enfoque participativo, debido a que se reconoce el gran conocimiento y la experiencia que tienen las personas protagonistas de la gestión de Turismo Comunitario: los emprendedores y los actores territoriales del turismo, conocimientos que han sido recogidos durante más de una década por la Estrategia de Turismo Comunitario. Bajo esta premisa, se desarrolló el siguiente proceso:

Gráfico 02: Proceso metodológico para la actualización de los lineamientos



año 2018

año 2019

Elaboración: Estrategia de Turismo Comunitario, DIOT, DGET, VMT, MINCETUR, 2019

Etapas I.- Revisión de la información de la Estrategia de Turismo Comunitario

Se realizó una revisión de toda la documentación generada por la Estrategia de Turismo Comunitario entre el año 2007 y 2019. Además, se realizó una revisión de información secundaria del sector turismo, lo cual proporcionó elementos de análisis para realizar un diagnóstico. También resultó fundamental consultar la legislación vigente para definir los parámetros institucionales en los que se enmarcan los lineamientos. Como resultado de este proceso se elaboró una propuesta de actualización de los lineamientos de Turismo Comunitario.



Etapa II.- Socialización interna de la propuesta de los lineamientos en el MINCETUR

La propuesta de actualización de los lineamientos de Turismo Comunitario fue socializada con las distintas Direcciones del Viceministerio de Turismo del MINCETUR, y se obtuvieron aportes que fortalecieron el planteamiento.

Etapa III.- Diagnóstico participativo con emprendedores y gestores

El punto focal de la metodología ha sido el trabajo de campo denominado “Diálogos regionales para el fortalecimiento de los lineamientos de Turismo Comunitario”, para lo cual se desarrollaron talleres participativos con los principales gestores públicos, privados y de la academia. Asimismo, se realizó un grupo focal con los emprendedores de Turismo Comunitario. Estos espacios de encuentro y deliberación buscaron identificar las motivaciones, las actitudes, y conocer las percepciones, imágenes y/o experiencias de los actores en relación al Turismo Comunitario.

En ese sentido, se realizó un proceso de focalización y se priorizaron seis regiones de país: Amazonas, Ancash, Arequipa, Cusco, San Martín y Puno, donde se concentran la mayor cantidad de emprendimientos de Turismo Comunitario. En cada región se organizaron dos talleres y en cada grupo se trabajó con un máximo de 12 actores clave debido a la naturaleza de la metodología. Las técnicas empleadas fueron dos:

GRUPO FOCAL	TALLER PARTICIPATIVO
Público: Emprendedores	Público: Gestores públicos y privados
Se aplicó la técnica proyectiva para obtención de información de manera no estructurada e indirecta, enfocada en proyectar las motivaciones, creencias, actitudes o sentimientos ocultos, profundos y a menudo subconscientes (insights) acerca de Turismo Comunitario.	Se aplicó la técnica de lluvia de ideas y metaplan para agrupar las opiniones, jerarquizarlas e identificar posiciones específicas respecto a un ítem. Para ello, se generaron preguntas y trabajos de grupos para luego compartir las ideas en plenaria y llegar a consensos.

Participaron 120 personas entre emprendedores de Turismo Comunitario y gestores públicos, agencias de viaje, gremios turísticos y de la academia.

Etapa IV.- Sistematización de la información y redacción de los lineamientos

Se procedió a la sistematización de la información, directa y cualitativa, obtenida a través del diagnóstico participativo en campo, con la finalidad de actualizar y fortalecer los lineamientos de Turismo Comunitario.

Etapa V.- Validación participativa con emprendedores y gestores

Por último, se definió la validación mediante talleres participativos en un solo espacio entre emprendedores y gestores por región. Se compartió previamente la propuesta de lineamientos a cada uno, para luego, en los talleres dar pasó a la revisión de cada punto, obteniendo aportes, comentarios y sugerencias.

Participaron 173 personas entre emprendedores de Turismo Comunitario y gestores públicos, agencias de viaje, gremios turísticos y de la academia.



Registro fotográfico de los Grupos Focales con emprendedores en Amazonas y San Martín

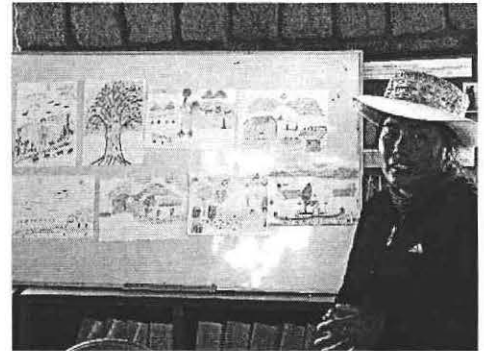
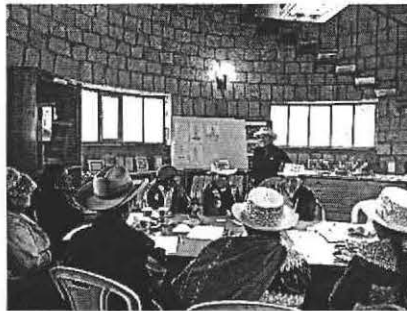


SECRETARÍA DE INNOVACIÓN DE
DIRECTOR V.º B.º
DIRECCIÓN DE INNOVACIÓN DE

SECRETARÍA DE ESTRATEGIA TURÍSTICA
DIRECTOR V.º B.º

VICE-MINISTERIO DE TURISMO
VICE-MINISTRO V.º B.º
MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

Registro fotográfico Grupos Focales con emprendedores y gestores en Arequipa, y Puno



Registro fotográfico Proceso de Validación de los Lineamientos con emprendedores y gestores en las 06 regiones

Región Arequipa



Region Amazonas



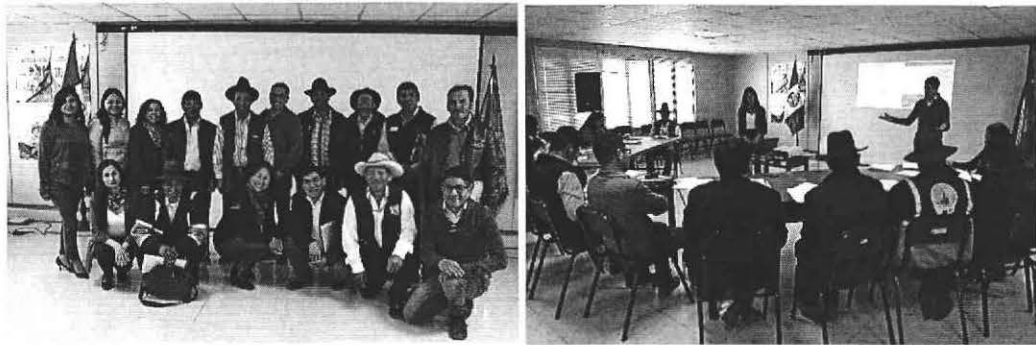
Region Puno



Region San Martín



Region Ancash



Region Cusco



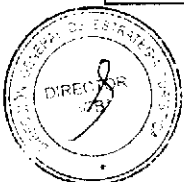
En ese sentido, la participación no solo significó contar con la presencia de los actores, sino generar un proceso reflexivo que permita debatir y generar propuestas de mejora, teniendo en cuenta el significado que las personas dan al Turismo Comunitario. De esta manera, el proceso participativo adquirió un sentido propositivo, orientado a buscar y construir alternativas colectivas para las actuales problemáticas de Turismo Comunitario.



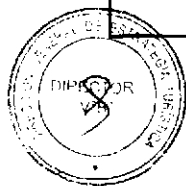
4.4. ANEXO 4: MATRIZ DE FUNCIONES DE LAS UNIDADES ORGÁNICAS DEL MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO VINCULADAS AL DESARROLLO DE TURISMO COMUNITARIO

El desarrollo sostenible de Turismo Comunitario se sustenta en el trabajo en conjunto con las demás unidades orgánicas del Viceministerio de Turismo del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, para lo cual se han identificado las funciones establecidas en el Reglamento de Organización y Funciones del MINCETUR, en el marco de estas competencias las unidades orgánicas pueden apoyar al desarrollo integral de Turismo Comunitario en el Perú.

ÓRGANO DE LÍNEA	UNIDAD ORGÁNICA	FUNCIONES
DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y ESTUDIOS SOBRE TURISMO Y ARTESANÍA	DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN DE TURISMO Y ARTESANÍA	b. Recopilar, organizar y actualizar la información estadística a fin de mantener actualizados los indicadores de turismo y artesanía, en coordinación con los órganos y organismos públicos y privados competentes. c. Recopilar, consolidar y mantener actualizada la base de datos necesaria para la evaluación del turismo receptivo, turismo interno y artesanía, en coordinación con los órganos de la entidad y organismos públicos y privados competentes g. Implementar acciones para facilitar la obtención de estadísticas oficiales sobre el turismo y artesanía; así como medir su desempeño
	DIRECCIÓN DE ESTUDIOS DE PROSPECTIVA DE TURISMO Y ARTESANÍA	c. Desarrollar estudios sobre tendencias, desarrollo y perspectiva del comercio de servicios turísticos por actividades económicas f. Desarrollar estudios sobre el resultado e impacto socio económico de la actividad turística y artesanal g. Desarrollar indicadores que midan el grado de aceptación del turista respecto a los servicios turísticos que presta el país
DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICAS DE DESARROLLO TURÍSTICO	DIRECCIÓN DE NORMATIVIDAD Y CALIDAD TURÍSTICA	b. Proponer e implementar las normas y directivas de alcance nacional que regulen la actividad turística, así como evaluar su aplicación por parte de las entidades de otros niveles de gobierno f. Desarrollar capacitación y brindar asistencia técnica basada en las normas técnicas peruanas dirigidas a los prestadores de servicios turísticos para la obtención del Sello de Calidad Turística Perú
	DIRECCIÓN DE ASUNTOS AMBIENTALES TURÍSTICOS	a. Formular e implementar instrumentos y dispositivos legales relacionados a la gestión ambiental para la protección del ambiente, así como proponer y ejecutar la política ambiental del sector en concordancia con el marco legal vigente d. Identificar aspectos que limiten la competitividad turística de los destinos turísticos, a fin de impulsar las medidas correctivas pertinentes



ÓRGANO DE LÍNEA	UNIDAD ORGÁNICA	FUNCIONES
DIRECCIÓN GENERAL DE ESTRATEGIA TURÍSTICA	DIRECCIÓN DE PRODUCTOS Y DESTINOS TURÍSTICOS	<p>a. Ejecutar y verificar el cumplimiento de las estrategias diseñadas para el desarrollo sostenible de los recursos, atractivos, productos y destinos turísticos</p> <p>d. Evaluar sitios, circuitos y corredores turísticos a fin de identificar y proponer medidas para su desarrollo, en coordinación con los sectores competentes, según corresponda</p> <p>e. Fomentar el coordinación intersectorial así como con los gobiernos regionales y locales, el desarrollo de productos y destinos turísticos, propiciando la diversificación de la oferta turística, integrándolos a través de los corredores y circuitos de acuerdo con las exigencias del mercado nacional e internacional</p> <p>f. Identificar necesidades de servicios e infraestructura de apoyo para el desarrollo de productos turísticos, y coordinar con las entidades públicas que corresponda, la adopción de las acciones y medidas que se requiera para superarlas</p> <p>g. Identificar y formular programas y proyectos de inversión pública de interés turísticos de nivel nacional para su priorización; así como, efectuar seguimiento de los mismos</p> <p>h. Promover la ejecución de proyectos de inversión turística y programas de inversión turística impulsando esquemas de financiamiento públicos – privados de acuerdo a los lineamientos del PENTUR</p> <p>i. Poner a consideración del Director General, propuestas de lineamientos y mecanismos para el ordenamiento del espacio turístico territorial, permitiendo identificar y promover el dinamismo territorial para la actividad turística, resaltar los destinos y productos turísticos que lo integran</p> <p>l. Fortalecer las capacidades, a través de la asistencia técnica y la transferencia de conocimientos para la planificación y gestión de los gobiernos regionales y locales que promuevan la conducción del desarrollo turístico de productos y destinos.</p>
DIRECCIÓN GENERAL DE ARTESANÍA	DIRECCIÓN DE DESARROLLO ARTESANAL	<p>k. Promover acciones para cautelar la adecuada conservación, protección y la explotación sustentable de materia prima en peligro de extinción que sean utilizadas en la elaboración de productos artesanales; así como para el desarrollo de los artesanos productores de las comunidades campesinas y nativas, en coordinación con el organismo competente, en ambos casos</p> <p>l. Impulsar a través de la actividad artesanal la preservación de los valores culturales, históricos y la identidad nacional en coordinación con las entidades competentes</p>



4.5. ANEXO 5: MATRIZ DE RECONOCIMIENTO DE COMPETENCIAS DE LOS GOBIERNOS REGIONALES Y LOCALES QUE PERMITIRÁN FORTALECER EL DESARROLLO DE TURISMO COMUNITARIO

<p>La Ley N° 27867, Ley Orgánica de Gobiernos Regionales</p>	<p>La Ley Orgánica de Gobiernos Regionales N° 27867 promulgada en el año 2002, establece y norma la estructura, organización, competencias y funciones de los gobiernos regionales. Establece que tienen jurisdicción en sus respectivos territorios regionales, con la finalidad de desarrollar de manera integral y sostenible su región, promueven la inversión pública y privada, el empleo y garantiza el cumplimiento pleno de los derechos e igualdad de oportunidades de la población de su jurisdicción, para ello maneja planes y programas nacionales regionales y locales de desarrollo. Asimismo, tiene la misión de organizar y conducir la gestión pública regional de acuerdo con sus competencias exclusivas, compartidas y delegadas en marco de las políticas nacionales y sectoriales.</p> <p>Dentro de las competencias establecidas está la de:</p> <p><i>"Promover y regular actividades y/o servicios en materia de agricultura, pesquería, industria, comercio, turismo, energía, minería, vialidad, comunicaciones, educación, salud y medio ambiente, conforme Ley"</i></p> <p>En ese marco, se reconocen las funciones establecidas en el artículo 63 "Funciones en materia de Turismo" que pueden contribuir en el desarrollo de Turismo Comunitario:</p> <p>....</p> <p>d) <i>Promover el desarrollo turístico mediante el aprovechamiento de las potencialidades regionales.</i></p> <p>k) <i>Verificar el cumplimiento de las normas de medio ambiente y preservación de recursos naturales de la región, relacionadas con la actividad turística.</i></p> <p>p) <i>Fomentar la organización y formalización de las actividades turísticas de la región.</i></p> <p>q) <i>Organizar y conducir las actividades de promoción turística de la región en coordinación con las organizaciones de la actividad turística y los gobiernos locales ..."</i></p>
<p>Ley N° 27972, Ley Orgánica de Municipalidades</p>	<p>La Ley Orgánica de Municipalidades, promulgada en el año 2003, establece que las municipalidades son órganos de gobierno promotores del desarrollo local, tal como lo señala en el Artículo I: <i>Gobiernos locales</i>. Los gobiernos locales promueven el crecimiento económico, con incidencia en la micro y pequeña empresa, a través de planes de desarrollo económico local aprobados en armonía con las políticas y planes nacionales y regionales, con el desarrollo social, el desarrollo de capacidades y la equidad en sus respectivas circunscripciones.</p> <p>La base legal existente respalda la realización del turismo en los municipios por ser los principales órganos de apoyo y fomento de la actividad turística local, pues dirigen sus acciones hacia la regulación de actividades específicas, a la capacitación del personal, así como al financiamiento y promoción de actividades y programas en su jurisdicción, entre otros múltiples aspectos relacionados con el sector turístico.</p>

